

E - PROFIT

Economics Professional in Action

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

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Vol. 7 | No. 1 | April 2025

Pengaruh Insentif, Kemampuan Kerja, Pengembangan Karir dan Promosi Jabatan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh

Suhelmi Helia, Osmaida Osmaida, Herry Syamsuar, Nefriyanto Nefriyanto, Irwandri Irwandri

Peran Perencanaan Karir dan Dukungan Keluarga dalam Meningkatkan Kematangan Karir Pemuda Desa Mekarwangi

Deden Nurdiansyah, Ayu Nike Retnowati, Dikdik Purwadisastra

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Wanita, Literasi Digital, Dan Fleksibilitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Pada Karyawan Weeknd Planner)

Lisa Eka Charisa, Niken Widyastuti, Harianto Simarmata, Dikdik Purwadisastra

Investor Behavior Following Stock Split Announcements: Evidence from Indonesian Stock Exchange During 2020 – 2023

Okta Eka Putra, Alya Zadidah Sopyan, Tegar Ryanto Wibowo, Raden Rima Sinta Noor Indah

Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Fee Audit terhadap Audit Report Lag (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)

Anike Putri, Elok Faiqoh, Alya Putri Pringgakusumah

Pengaruh Capital Intensity, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2023)

Johannes Kristian Siregar, Antonius Bimo Rentor Luntungan

Peran Rumah BUMN Bandung dalam Mendukung UMKM Go Digital: Studi Kasus Program Peningkatan Kapasitas

Miftah Farid, Poniah Juliawati

Kebijakan Hutang: Apakah Kinerja Perusahaan Dapat Mempengaruhinya? (Bukti Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponennya Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2023)

Deni Hamdani

Pengaruh DPK, CAR, Firm Size dan TAT terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan

Widya Sari, Silpa Wardatussaniah, Nur'aeni Nur'aeni, Agung Pramayuda

Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review, dan Online Convenience Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tiket.com

Vania Elisha, Titik Desi Harsoyo

DEWAN REDAKSI

Editor in Chief

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

Managing Editor

Aggi Panigoro Sarifiyono, S.E., M.M. (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)
- Dr. Ratih Hadiani, S.Kom., M.B.A. (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)
- Sabilla Saberina, S.E., M.M. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Retno Widya Nigrum, S.E., M.M. (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)
- 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)
- Johannes Kristian Siregar, S.E., M.Ak., Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Azwani Aulia, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Antonius Bimo R., S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Anike Putri, S.E., M.Ak. (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Ali Jufri, SE., MM. (Universitas Muhammadiyah Cirebon)
- Dr. Neneng Susanti, S.M.B., M.M (Universitas Widyatama)
- Maman Sulaeman, S.E., M.M. (Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Purbalingga)
- Puspa Dewi Yulianty S.Pd., M.M (Universitas Muhammadiyah Cirebon)
- Indriana Damaianti, S.E., M.Ak (Universitas Insan Cendekia Mandiri)

- Ika Wulandari, SE., MM (Universitas Mercu Buana Yogyakarta)
- Anggit Yoebrilianti, SE., MM. (Universitas Serang Raya)
- Indra Maulana, SE., MM (STIE Dr. KHEZ. Muttaqien)
- Fanni Husnul Hanifa, S.E., M.M. (Universitas Telkom)
- Sudarman, M.M. (Universitas Rokania)
- Rio Nardo, S.E., M.M. (Universitas Binawan)

DAFTAR ISI

Pengaruh Insentif, Kemampuan Kerja, Pengembangan Karir dan Promosi Jabatan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh Suhelmi Helia, Osmaida Osmaida, Herry Syamsuar, Nefriyanto Nefriyanto, Irwandri Irwandri	1-14
Peran Perencanaan Karir dan Dukungan Keluarga dalam Meningkatkan Kematangan Karir Pemuda Desa Mekarwangi Deden Nurdiansyah, Ayu Nike Retnowati, Dikdik Purwadisastra	15-29
Pengaruh Gaya Kepemimpinan Wanita, Literasi Digital, Dan Fleksibilitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Pada Karyawan Weeknd Planner) Lisa Eka Charisa, Niken Widyastuti, Harianto Simarmata, Dikdik Purwadisastra	30-37
Investor Behavior Following Stock Split Announcements: Evidence from Indonesian Stock Exchange During 2020 – 2023 Okta Eka Putra, Alya Zadidah Sopyan, Tegar Ryanto Wibowo, Raden Rima Sinta Noor Indah	38-49
Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Fee Audit terhadap Audit Report Lag (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023) Anike Putri, Elok Faiqoh, Alya Putri Pringgakusumah	50-57
Pengaruh Capital Intensity, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2023) Johannes Kristian Siregar, Antonius Bimo Rentor Luntungan	58-71
Peran Rumah BUMN Bandung dalam Mendukung UMKM Go Digital: Studi Kasus Program Peningkatan Kapasitas Miftah Farid, Poniah Juliawati	72-82

- Kebijakan Hutang: Apakah Kinerja Perusahaan Dapat Mempengaruhinya? 83-94
(Bukti Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan
Komponennya Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2023)
Deni Hamdani
- Pengaruh DPK, CAR, Firm Size dan TAT terhadap ROA di BPRS HIK 95-103
Parahyangan
**Widya Sari, Silpa Wardatussaniah, Nur'aeni Nur'aeni, Agung
Pramayuda**
- Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review, dan Online 104-117
Convenience Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Tiket.com
Vania Elisha, Titik Desi Harsoyo

Pengaruh Insentif, Kemampuan Kerja, Pengembangan Karir dan Promosi Jabatan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh

Suhelmi Helia, Osmaida, Herry Syamsuar, Nefriyanto, Irwandri
Magister Manajemen, Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Email: suhelimihelia@akbpstie.ac.id.

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
27 Januari 2025	17 April 2025	24 April 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan, dan pengembangan karir terhadap motivasi kerja Pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner, observasi dan wawancara. Responden penelitian ini adalah 83 orang pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Metode sampel menggunakan *total sampling* dimana seluruh populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel penelitian. Pengujian hipotesis dihitung dengan program IBM Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 24.0. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa secara parsial insentif berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai, kemampuan kerja berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai, promosi jabatan berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai, pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai, dan insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

Kata Kunci: Insentif, Kemampuan Kerja, Motivasi Kerja, Promosi Jabatan, Pengembangan Karir

Abstract

This study aims to determine the influence of incentives, workability, job promotion, and career development on the work motivation of Major General H. A. Thalib Hospital employees in Sungai Penuh City. This type of research uses a quantitative approach with multiple linear regression methods. Data collection techniques with questionnaires, observations, and interviews. The respondents of this study were 83 employees of the Major General H. A. Thalib Hospital in Sungai Penuh City. The sample method uses total sampling where the entire population in this study is used as a research sample. Hypothesis testing is calculated using the IBM Statistical Package for Social Science (SPSS) version 24.0 program. From the results of this study, it was found that partial incentives had a significant effect on employee work motivation, work ability had a significant effect on employee work motivation, job promotion has a significant impact on employee work motivation, career development had a significant effect on employee work motivation, and incentives, workability, job promotion, and career development together has a significant impact on employee work motivation at the hospital Major General H. A. Thalib of Sungai Penuh City.

Keywords: Incentives, Career Development, Job Ability, Job Motivation, Job Promotion,

1 PENDAHULUAN

Keberhasilan sebuah organisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah sumber daya manusia (SDM). SDM merupakan elemen kunci yang terlibat dalam seluruh proses organisasi, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, serta memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya lain yang dimiliki organisasi. Oleh karena itu, keberadaan SDM menjadi sangat vital bagi organisasi agar mampu bersaing dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Peran SDM dalam organisasi sangatlah signifikan. Pegawai memiliki potensi besar dalam mendukung aktivitas organisasi. Agar potensi ini memberikan hasil yang optimal, organisasi perlu memanfaatkan SDM secara efektif. Pengelolaan SDM yang baik menjadi tantangan penting bagi organisasi untuk mencapai tujuan strategisnya. Salah satu aspek penting dalam pengelolaan SDM adalah memotivasi pegawai agar dapat bekerja dengan maksimal dan berprestasi. Dengan demikian, motivasi kerja menjadi bagian integral dari strategi pengelolaan SDM dalam mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Motivasi kerja merupakan elemen kunci dalam pencapaian tujuan organisasi. Keberhasilan organisasi sangat bergantung pada karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi. Oleh karena itu, organisasi perlu berupaya untuk memelihara dan meningkatkan motivasi kerja pegawainya agar tetap positif. Ketika karyawan mengalami penurunan motivasi atau merasa tidak termotivasi, hal ini dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi. Selain itu, kurangnya motivasi pada satu individu dapat memengaruhi rekan kerja lainnya, yang pada akhirnya dapat mengganggu kelancaran dan keberlanjutan operasional organisasi secara keseluruhan. Menurut Danim (2020) Motivasi adalah dorongan yang berasal dari dalam individu untuk mencapai tujuan atau manfaat tertentu baik dalam konteks dunia kerja maupun kehidupan secara umum. Pada dasarnya, motivasi berfungsi sebagai penggerak yang kuat untuk seseorang dalam menjalankan kebijakan manajemen. Hal ini biasanya tercermin dalam perilaku yang antusias, terfokus pada pencapaian tujuan, serta memiliki target kerja yang terarah dan jelas.

RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh adalah sebuah Institusi Kesehatan yang ada di Kota Sungai Penuh, Jambi. Institusi ini milik Pemerintah Kota Sungai Penuh dengan bentuk RSUD (Rumah Sakit Umum Daerah). Pelayanan dengan kualitas terbaik bukanlah hal yang mudah bagi pihak RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Untuk melaksanakan tugas dan fungsi tersebut dibutuhkan motivasi kerja yang tinggi oleh pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Dengan motivasi kerja yang tinggi tugas dan fungsi tersebut dapat terlaksana dengan baik sehingga pencapaian visi dan misi organisasi dapat dilakukan dengan mudah.

Tabel 1. Hasil Survei Awal Motivasi Kerja Pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju	Total
1	Pemberian Gaji sesuai dengan yang saya kerjakan	45 %	55 %	100 %
2	Pemberian Bonus untuk memotivasi diri saya	35 %	65 %	100 %
3	Adanya reward yang diberikan instansi	30 %	70 %	100 %
4	Organisasi selalu memberikan kesempatan saya untuk meningkatkan prestasi kerja	25 %	75 %	100 %
5	Instansi ini selalu memberikan saya kesempatan berkreatifitas sendiri	35 %	65 %	100 %

Sumber: Survei Awal, (data diolah penulis, 2024).

Pegawai di RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh tampaknya menghadapi tantangan terkait motivasi kerja sehari-hari. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan terhadap 20 pegawai,

sejumlah besar responden menunjukkan ketidakpuasan terhadap beberapa aspek pekerjaan mereka. Misalnya, pada pernyataan terkait kesesuaian gaji dengan pekerjaan yang dilakukan, sebanyak 55% pegawai menyatakan ketidaksetujuannya. Selanjutnya, sebanyak 70% pegawai tidak setuju dengan pernyataan mengenai pemberian penghargaan oleh instansi, dan 65% pegawai merasa bahwa instansi kurang memberikan kesempatan untuk berkreasi secara mandiri. Hasil ini menunjukkan adanya indikasi bahwa motivasi kerja pegawai masih belum optimal dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab sehari-hari.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi kerja seperti insentif, kemampuan kerja, pengembangan karir dan promosi jabatan. Pemberian insentif merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau instansi. Tingkat semangat dan motivasi karyawan sering kali dipengaruhi oleh besaran insentif yang diterima. Ketika insentif yang diberikan tidak sebanding dengan pengorbanan dan upaya karyawan dalam bekerja, hal ini dapat menyebabkan mereka kehilangan semangat, menjadi kurang produktif, dan bekerja tanpa antusiasme. Akibatnya, karyawan mungkin hanya melakukan pekerjaan secara minimal, tanpa merasa puas dengan hasil kerja mereka, yang jauh dari harapan karyawan maupun perusahaan. Menurut Rivai (2019) menjelaskan bahwa insentif sebagai bentuk pembayaran terkait dengan kinerja, sebagai pembagian keuntungan bagi karyawan. Sjafri (2019), juga mengemukakan insentif merupakan salah satu bentuk motivasi yang diberikan dalam bentuk finansial sebagai penghargaan atas kinerja yang tinggi. Insentif juga mencerminkan pengakuan organisasi terhadap kontribusi dan pencapaian karyawan. Ketika insentif yang diberikan oleh perusahaan atau instansi dirancang dengan tepat, hal ini dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan serta meningkatkan rasa kepuasan kerja mereka.

Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi motivasi kerja yaitu kepuasan kerja. Mangkunegara (2020) menjelaskan kepuasan kerja (*job satisfaction*) yaitu kondisi emosional karyawan yang muncul ketika terdapat atau tidak terdapat kesesuaian antara penghargaan yang diberikan oleh perusahaan, instansi, atau organisasi dengan tingkat penghargaan yang diharapkan oleh karyawan tersebut. Berdasarkan survey awal terkait insentif banyak pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh yang menjawab tidak setuju. Seperti pernyataan 1 “Besarnya pemberian bonus dari instansi sesuai dengan hasil kerja saya.” 55 % pegawai menjawab tidak setuju. Begitu juga pada pernyataan 3, Pemberian penghargaan dilakukan secara objektif sesuai penilaian kinerja pegawai oleh direktur, pegawai menjawab 60 % tidak setuju. Kondisi ini mengartikan bahwa terdapat masalah terkait insentif pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi motivasi kerja yaitu kemampuan kerja. Kemampuan dan keterampilan memiliki peran penting terhadap perilaku dan motivasi kerja. Menurut Handoko (2019) kemampuan adalah karakteristik yang dimiliki seseorang, baik bawaan sejak lahir maupun hasil dari proses pembelajaran, yang memungkinkan individu menyelesaikan pekerjaannya secara efektif, baik secara fisik maupun mental. Dalam organisasi, meskipun pegawai telah diberikan motivasi yang memadai, tidak semua karyawan memiliki kapasitas untuk bekerja dengan baik. Kemampuan dan keterampilan menjadi faktor utama yang berpengaruh pada perilaku serta kinerja individu. Hasil survey awal terkait kemampuan kerja menjelaskan bahwa banyak pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh yang menjawab tidak setuju. Seperti pernyataan 1 “Keterampilan dan kemampuan yang saya miliki dapat membantu saya menyelesaikan tugas tepat pada waktunya” 65 % pegawai menjawab tidak setuju. Begitu juga pada pernyataan 3, Saya memiliki kemampuan dan keahlian untuk mengoperasikan komputer dan internet dalam menyelesaikan pekerjaan saya, pegawai menjawab 55 % tidak setuju. Kondisi ini berarti terdapat masalah dengan kemampuan kerja pegawai pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

Pengembangan karir menurut Handoko (2019), merupakan upaya – upaya pribadi seorang pegawai untuk mencapai suatu rencana karir. Pendapat ini menjelaskan bahwa pengembangan karir secara baik oleh organisasi secara tidak langsung berdampak kepada motivasi pegawai. Hasil survey awal terkait pengembangan karir bahwa banyak pegawai RSUD Mayjen H.

A. Thalib Kota Sungai Penuh yang menjawab tidak setuju. Seperti pernyataan 1 “Adanya keterbukaan dalam pengembangan karir” 60 % pegawai menjawab tidak setuju. Begitu juga pada pernyataan 3, Di instansi ini terdapat jalur karir yang jelas, pegawai menjawab 55 % tidak setuju dan pernyataan 4 yang menjawab tidak setuju sebanyak 70%. Kondisi ini mengartikan bahwa terdapat masalah terkait pengembangan karir pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

Untuk meningkatkan motivasi kerja pegawai, langkah lain yang perlu diambil adalah memberikan promosi jabatan kepada pegawai yang menunjukkan kinerja unggul. Dalam hal ini, seorang direktur atau pimpinan instansi harus memiliki sistem evaluasi yang menyeluruh terhadap kompetensi pegawai sebagai dasar untuk menentukan kelayakan promosi. Promosi jabatan dapat diberikan berdasarkan hasil penilaian kompetensi yang mencerminkan kontribusi dan kinerja pegawai secara objektif. Menurut Kaswan (2021), dampak promosi jabatan terhadap kinerja seorang pegawai berkaitan dengan dorongan untuk mencapai tujuan tertentu. Pegawai memiliki harapan bahwa usaha dan aktivitas kerja yang dilakukannya akan menghasilkan kondisi yang lebih memuaskan dibandingkan dengan keadaan sebelumnya, sehingga mendorong mereka untuk bekerja lebih giat dan fokus pada pencapaian target. Hasil survey awal terkait promosi jabatan bahwa juga banyak pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh yang menjawab tidak setuju. Seperti pernyataan 1 “Terdapat kejelasan promosi jabatan di instansi ini” pegawai menjawab tidak setuju sebanyak 66 %. Begitu juga pada pernyataan 3, Selalu ada promosi jabatan bagi pegawai yang berkinerja baik, pegawai menjawab 55 % tidak setuju dan pernyataan 4 yang menjawab tidak setuju sebanyak 60%. Kondisi ini mengartikan bahwa terdapat masalah terkait promosi jabatan pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan dan berbagai kajian hasil penelitian, terdapat masalah yang dapat diteliti berkaitan tentang masalah pengembangan karir, promosi jabatan dan konflik kerja terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Atas dasar latar belakang masalah diatas, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Insentif, Kemampuan kerja, Pengembangan Karir dan Promosi Jabatan terhadap Motivasi Kerja Pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh”**.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan permasalahan dapat dibentuk sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh insentif terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh?
2. Bagaimana pengaruh kemampuan kerja terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh?
3. Bagaimana pengaruh pengembangan karir terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh?
4. Bagaimana pengaruh promosi jabatan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh?
5. Bagaimana pengaruh insentif, kemampuan kerja, pengembangan karir dan promosi jabatan secara bersama-sama terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh?

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh :

1. Insentif terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.
2. Kemampuan kerja terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.
3. Pengembangan karir terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.
4. Promosi jabatan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

5. Insentif, kemampuan kerja, pengembangan karir dan promosi jabatan secara bersama-sama terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Motivasi kerja

Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilannya untuk mewujudkan tujuan perusahaan (Hasibuan, 2020). Menurut Handoko (2019) istilah Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan psikologis dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk berperilaku tertentu, terutama dalam konteks pekerjaan. Hal ini mencakup ketegangan psikologis yang ada dalam diri individu, yang mendorong mereka untuk meningkatkan keterampilan dan menyelesaikan tugas dengan penuh tanggung jawab serta keikhlasan. Motivasi adalah kekuatan yang menggerakkan pegawai untuk bekerja keras dan berkomitmen guna mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan oleh organisasi. (Siagian, 2015).

2.2 Insentif

Insentif merupakan salah satu penghargaan yang dikaitkan dengan prestasi kerja. Semakin tinggi prestasi kerja, maka semakin tinggi juga insentif yang diberikan. Pemberian insentif bermanfaat baik bagi perusahaan maupun pegawai. Mangkunegara (2020) menjelaskan Insentif adalah bentuk penghargaan yang diberikan sebagai pengakuan terhadap prestasi kerja yang tinggi. Ini mencerminkan pengakuan organisasi terhadap kinerja karyawan dan kontribusinya dalam pencapaian tujuan organisasi. Menurut Abdullah (2021), Insentif adalah bonus tambahan yang diberikan atas pencapaian prestasi luar biasa yang membedakan karyawan dari yang lain. Tujuan pemberian insentif ini adalah untuk meningkatkan produktivitas karyawan sekaligus memberikan perhatian kepada karyawan berprestasi agar mereka tetap terikat dan termotivasi untuk bertahan dalam organisasi. Menurut Panggabean (2016), Insentif adalah bentuk kompensasi yang menghubungkan gaji dengan tingkat produktivitas karyawan. Ini merupakan penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan kepada karyawan yang dapat mencapai atau melampaui standar kinerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut (Siagian, 2019) indikator insentif diantaranya adalah : kinerja, lama kerja, senioritas, kebutuhan, keadilan dan kelayakan dan evaluasi jabatan.

2.3 Kemampuan Kerja

Menurut (Umam, 2019) menjelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai yaitu kemampuan (*ability*) dan motivasi (*motivation*). Sejalan dengan penelitian Akbar (2021) yang menunjukkan bahwa kemampuan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Ini memberikan gambaran bahwa pegawai yang memiliki kemampuan akan mendapat kemudahan dalam menyelesaikan tugas yang dibebankan kepadanya. Keterampilan dan kemampuan sangat penting bagi kinerja individu. Menurut Handoko (2019) kemampuan merujuk pada sifat atau keterampilan yang dimiliki seseorang, baik yang dibawa sejak lahir maupun yang diperoleh melalui proses belajar, yang memungkinkan individu untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan baik, baik secara fisik maupun mental. Indikator kemampuan kerja telah diungkapkan oleh beberapa ahli terdahulu diantaranya (Campbell, 2021) mengemukakan bahwa kemampuan kerja terdiri dari indikator-indikator berikut ini: Keterampilan (*skill*), Pengetahuan (*knowledge*), Pengalaman Kerja (*work experience*). Sedangkan menurut (Robbins, 2019), indikator kemampuan kerja adalah sebagai berikut : kesanggupan kerja, pendidikan dan masa kerja.

2.4 Pengembangan Karir

Menurut (Rivai, 2019), pengembangan karir yaitu proses dalam meningkatkan kemampuan kerja individu dalam mencapai karir yang dituju. Sedangkan menurut (Handoko, 2019), pengembangan karir adalah usaha yang dilakukan oleh seorang pegawai untuk merencanakan dan mencapai tujuan karir mereka. Proses ini dapat didukung oleh departemen personalia, namun tidak selalu bergantung padanya, tergantung pada kebijakan dan struktur organisasi. Menurut Mangkunegara (2016) pengembangan karir adalah aktivitas kepegawaian yang membantu pegawai – pegawai merencanakan karir masa depan mereka di perusahaan agar perusahaan dan pegawai yang bersangkutan dapat mengembangkan diri secara maksimum. Indikator pengembangan karier seorang pegawai menurut Triguni (2018) yaitu : prestasi kerja, *exposure*, kesetiaan organisasional, mentor dan sponsor dan kesempatan untuk bertumbuh.

2.5 Promosi Jabatan

Menurut Gitosudarmo (2019), promosi jabatan adalah peningkatan posisi atau tanggung jawab seorang pekerja atau pegawai berdasarkan penilaian positif atas kinerjanya oleh pihak yang berwenang. Langkah ini mencerminkan apresiasi terhadap prestasi kerja dan menjadi dasar pemberian wewenang serta tanggung jawab yang lebih besar. Promosi jabatan juga merupakan pergeseran ke peran atau tugas yang lebih baik dan strategis dibandingkan dengan posisi sebelumnya, yang bertujuan untuk mendorong motivasi serta pengembangan karir karyawan. Menurut Hasibuan (2020), mengungkapkan bahwa dimensi dan indikator promosi jabatan adalah sebagai berikut: kejujuran, disiplin, prestasi kerja, kerjasama, kecakapan, loyalitas, kepemimpinan dan pendidikan.

3 METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan asosiatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan kondisi atau karakteristik data penelitian secara sistematis dan faktual. Sementara itu, metode asosiatif digunakan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan pendekatan ini, penelitian dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh Insentif (X1), Kemampuan kerja (X2), Pengembangan karir (X3), Promosi jabatan (X4), terhadap Motivasi Kerja (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai pada RSUD Mayjen H. A. Thalib dengan jumlah 613 orang. Sampel yaitu jumlah yang terbatas dan bagian dari populasi dipilih untuk mewakili populasi (Muri, 2021) dengan rumus Slovin dan didapatkan sebanyak 83 orang yang dijadikan responden. Analisis yang dilakukan mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif, serta uji prasyarat analisis seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan homogenitas. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan perangkat lunak SPSS.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden Penelitian

Responden pada penelitian ini lebih banyak laki-laki yaitu 54%, usia 41 - 50 tahun yang paling banyak yaitu 39 orang atau 47%, Pendidikan responden sebagian besar S1 dengan jumlah 55 orang atau 66 %, dari segi pangkat, golongan III yang paling banyak yaitu 62 orang atau 75 % dan berstatus PNS 83 % serta untuk masa kerja paling banyak yaitu 11-20 tahun yaitu 52 %.

4.2 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak valid sebuah kuesioner. Untuk mengetahui validitas kuesioner dilakukan dengan teknik korelasi Pearson Product Moment yaitu dengan cara melakukan korelasi antar skor setiap variabel dengan skor totalnya. Hasil uji validitas menggunakan program dari IBM SPSS for Windows Versi 24.0 dari seluruh item pernyataan masing-masing variabel dapat diketahui bahwa semua item pernyataan adalah valid karena r hitung lebih besar dari 0,2352 (r table).

4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah metode uji untuk menilai sejauh mana variabel penelitian dapat diandalkan atau konsisten ketika dilakukan pengukuran berulang pada fenomena yang sama. Jika nilai Cronbach Alpha (α) mencapai atau melebihi 0,6, maka variabel tersebut dianggap reliabel. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,6, variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel (Sekaran dan Bougie, 2010).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
1.	Motivasi kerja (Y)	0.765	Reliabel
2.	Insentif (X_1)	0.883	Reliabel
3.	Kemampuan kerja (X_2)	0.811	Reliabel
4.	Promosi jabatan (X_3)	0.793	Reliabel
5	Pengembangan karir (X_4)	0.809	Reliabel

Sumber: Data Primer, Diolah dengan IBM SPSS 24.0, 2024

Dari tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas di atas, dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan dari variabel insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan, pengembangan karir dan motivasi kerja, memiliki kehandalan variabel. Hal tersebut dapat ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* (α) ≥ 0.6 , sehingga dapat disimpulkan semua pernyataan variabel adalah **reliabel**.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi normalitas dalam penelitian ini, digunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan hasil uji ini adalah dengan mengevaluasi nilai probabilitas Asymp. Sig (2-tailed). Jika nilai probabilitas Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari $\alpha=0,05$, maka data residual dianggap berdistribusi normal. Berikut disajikan hasil analisis normalitas menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

No.	Variabel	Asymp. Sig	Nilai Batas	Keterangan
1	<i>Standardized Residual</i>	0,412	0,05	Normal

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS. 2024

Pada tabel 3 terlihat bahwa nilai signifikansi dari variabel residual yang distandarkan adalah 0,412, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel residual (pengganggu) pada setiap variabel memiliki distribusi yang normal.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model regresi yang ideal adalah yang menunjukkan kondisi homoskedastisitas, yaitu ketika tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai residual untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Bila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Residual Absolute (RES_ABS)	
		Signifikan	Keterangan
1	Insentif	0.228	Bebas Heterokedastisitas
2	Kemampuan kerja	0.979	Bebas Heterokedastisitas
3	Promosi jabatan	0.055	Bebas Heterokedastisitas
4	Pengembangan karir	0.835	Bebas Heterokedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS.2024

Dari tabel 4 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan variabel $> 0,05$, sehingga kesimpulan yang dapat diambil bahwa model regresi **bebas heteroskedastisitas**.

4.4.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat hubungan saling memengaruhi di antara variabel independen dalam model regresi. Adanya multikolinearitas dapat diketahui dengan memeriksa nilai toleransi dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai toleransi kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinearitas dalam model tersebut, jika nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolonearitas. Hasil uji multikolonearitas ini dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonearitas

No.	Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Insentif	0.484	2.067	Bebas Multikolonearitas
2	Kemampuan kerja	0.406	2.463	Bebas Multikolonearitas
3	Promosi jabatan	0.405	2.472	Bebas Multikolonearitas
4	Pengembangan karir	0.487	2.053	Bebas Multikolonearitas

Sumber: Data Primer, Hasil Olah Data IBM SPSS Ver. 24.0, Tahun 2024

Dari tabel 5 dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir dinyatakan bebas dari multikolonearitas karena keempat variabel bebas tersebut mempunyai nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Maka sesama variabel bebas mempengaruhi dalam model regresi adalah **bebas dari Multikolonearitas**.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana variabel independen memengaruhi variabel dependen menggunakan model regresi berganda. Rekapitulasi hasil analisis mencakup nilai koefisien regresi, nilai t-hitung, tingkat signifikansi, nilai F-hitung, serta nilai R Square (R^2). Ringkasan hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut.:

Tabel 6. Rekap Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t _{hitung}	Sig.
Konstanta	34.563		
Insentif	.215	4.117	.000
Kemampuan kerja	.277	3.534	.012
Promosi jabatan	.553	5.995	.000
Pengembangan karir	.345	4.427	.000
F _{hitung} = 8.632	Sig. 0,000		
R ² = 0,373			

Sumber: Data Primer, Diolah dengan IBM SPSS 24.0 2024

Dari tabel 6 maka bentuk model persamaan regresi untuk pengaruh insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh adalah sebagai berikut:

$$Y = 34.563 + 0,215 X_1 + 0,277 X_2 + 0,553 X_3 + 0,345 X_4$$

Keterangan persamaan di atas :

- $\alpha = 34.563$; artinya tanpa adanya pengaruh insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan, dan pengembangan karir maka motivasi kerja telah ada sebesar 34.563%.
- $b_1 = 0,215$; artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel insentif (X_1) terhadap motivasi kerja (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin naik (baik) atau meningkat insentif, maka akan meningkatkan motivasi kerja. Nilai koefisien regresi insentif adalah 0,215 artinya setiap peningkatan satu satuan insentif maka motivasi kerja meningkat sebesar 21,5%.
- $b_2 = 0,277$; artinya bahwa terdapat pengaruh negatif antara variabel kemampuan kerja (X_2) terhadap motivasi kerja (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin naik atau meningkat kemampuan kerja, maka akan menurunkan motivasi kerja. Nilai koefisien regresi kemampuan kerja adalah 0,277 artinya setiap peningkatan satu satuan kemampuan kerja maka motivasi kerja meningkat sebesar 27,7%.
- $b_3 = 0,553$; artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel promosi jabatan (X_3) terhadap motivasi kerja (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin naik atau meningkat promosi jabatan, maka akan meningkatkan motivasi kerja. Nilai koefisien regresi promosi jabatan adalah 0,553 artinya setiap peningkatan satu satuan promosi jabatan maka motivasi kerja meningkat sebesar 55,3%.
- $b_4 = 0,345$; artinya bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel pengembangan karir (X_4) terhadap motivasi kerja (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin naik atau meningkat pengembangan karir, maka akan meningkatkan motivasi kerja. Nilai koefisien regresi pengembangan karir adalah 0,345 artinya setiap peningkatan satu satuan pengembangan karir maka motivasi kerja meningkat sebesar 34,5%.

4.6 Hasil Uji T

Uji t digunakan agar mengetahui pengaruh secara parsial variabel insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir terhadap motivasi kerja.

1. Dampak Insentif (X_1) terhadap Motivasi kerja (Y)

Hasil analisis pengaruh variabel insentif (X_1) terhadap Motivasi kerja (Y) didapatkan nilai $t_{hitung} = 4,473$ ($df = 70 - 2 = 68$; $t_{tabel} = 2,0024$); ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka hipotesis 1 (H_1) diterima. Hasil analisis menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial insentif terhadap motivasi kerja pegawai pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

2. Dampak Kemampuan kerja (X_2) terhadap Motivasi kerja (Y)

Hasil analisis pengaruh kemampuan kerja (X_2) terhadap motivasi kerja (Y) didapatkan nilai $t_{hitung} = -3,360$ ($df = 70 - 2 = 68$; $t_{tabel} = 2,0024$); ($-t_{hitung} < -t_{tabel}$), dengan signifikansi $0,012 < 0,05$, akibatnya hipotesis 2 (H_2) diterima. Hasil analisis menjelaskan ada pengaruh signifikan secara parsial antara kemampuan kerja terhadap motivasi kerja pegawai pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

3. Dampak Promosi jabatan (X_3) terhadap Motivasi kerja (Y)

Hasil analisis pengaruh Promosi jabatan (X_3) terhadap motivasi kerja (Y) didapatkan nilai $t_{hitung} = 3,321$ ($df = 70 - 2 = 68$; $t_{tabel} = 2,0024$); ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan tingkat level signifikan $0,000 < 0,05$, akibatnya hipotesis 3 (H_3) diterima. Hasil ini menjelaskan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial promosi jabatan terhadap motivasi kerja pegawai pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

4. Dampak Pengembangan karir (X_4) terhadap Motivasi kerja (Y)

Hasil analisis pengaruh pengembangan karir (X_4) terhadap motivasi kerja (Y) didapatkan nilai $t_{hitung} = 2,376$ ($df = 70 - 2 = 68$; $t_{tabel} = 2,0024$); ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan demikian hipotesis 4 (H_4) diterima. Hasil menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pengembangan karir terhadap motivasi kerja pegawai pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

4.7 Hasil Uji F

Uji F (kelayakan model) digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam konteks ini, analisis dilakukan untuk mengetahui pengaruh insentif (X_1), kemampuan kerja (X_2), promosi jabatan (X_3), dan pengembangan karir (X_4) secara keseluruhan terhadap motivasi kerja (Y), didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 8,632 dengan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dengan $df_1 = (k-1) = 3$, $df_2 = 70 - 4 = 66$, $F_{tabel} 2,53$, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $8,632 > 2,53$, sebagai hasil dari analisis, hipotesis diterima. Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang bersifat simultan antara variabel insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan, dan pengembangan karir terhadap motivasi kerja pegawai di RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Ringkasan hasil pengujian hipotesis ada pada tabel 7 berikut:

Tabel 7. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Simultan

Hipotesis	Pernyataan	Hasil Uji
H_5	Insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh	Diterima

Sumber: Data Primer, Diolah Penulis Tahun 2024.

4.8 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi untuk insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir terhadap motivasi kerja dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS for Windows Versi 24.0 dengan bentuk output SPSS seperti yang dikemukakan di bawah ini:

Tabel 8. Hasil R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.611 ^a	.373	.311	2.26374

Sumber: Data Primer, Diolah dengan IBM SPSS 24.0 2024.

Hasil perhitungan maka nilai koefisien determinasi R Square yaitu 0,373 artinya 37,3% variasi dari semua variabel independent (insentif, promosi jabatan, kemampuan kerja, dan pengembangan karir) dapat menerangkan variabel dependen (motivasi kerja), dan sisanya sebesar 62,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4.9 Pembahasan**4.9.1 Pengaruh Insentif terhadap Motivasi Kerja**

Tujuan pertama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Hasil analisis statistik dengan menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Hasil analisis pengaruh variabel insentif (X_1) terhadap variabel Motivasi kerja (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,117$ ($df = 70 - 2 = 68$; $t_{tabel} = 2,0024$); ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan tingkat level signifikan $0,000 < 0,05$, akibatnya hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel insentif terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh ditentukan oleh insentif.

Mangkunegara (2020) menjelaskan Insentif adalah bentuk penghargaan yang diberikan sebagai pengakuan terhadap prestasi kerja yang tinggi. Ini mencerminkan pengakuan organisasi terhadap kinerja karyawan dan kontribusinya dalam pencapaian tujuan organisasi. Menurut Abdullah (2021), Insentif adalah bonus tambahan yang diberikan atas pencapaian prestasi luar biasa yang membedakan karyawan dari yang lain. Tujuan pemberian insentif ini adalah untuk meningkatkan produktivitas karyawan sekaligus memberikan perhatian kepada karyawan berprestasi agar mereka tetap terikat dan termotivasi untuk bertahan dalam organisasi. Menurut Panggabean (2016), Insentif adalah bentuk kompensasi yang menghubungkan gaji dengan tingkat produktivitas karyawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang disampaikan oleh (Adi, 2021) bahwa insentif berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja. Hal sejalan juga disampaikan oleh (Haryani, Iha Hatta, 2020) bahwa terdapat pengaruh insentif yang signifikan terhadap motivasi kerja. Hasil penelitian dari Mangasa (Panjaitan, 2019) bahwa insentif berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Sehingga dapat disimpulkan insentif akan meningkatkan motivasi kerja.

4.9.2 Pengaruh Kemampuan Kerja terhadap Motivasi Kerja

Tujuan kedua penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kemampuan kerja terhadap motivasi kerja pegawai di RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Berdasarkan analisis statistik menggunakan regresi linear berganda, hipotesis kedua diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh variabel kemampuan kerja (X_2) terhadap motivasi kerja (Y) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,534 ($df = 70 - 4 = 66$; $t_{tabel} = 2,0024$) dan tingkat signifikansi $0,012 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja di RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh dipengaruhi oleh kemampuan kerja pegawai.

Kemampuan dan keterampilan memainkan peran penting dalam perilaku dan motivasi kerja individu. Menurut Handoko (2019) kemampuan merujuk pada sifat atau keterampilan yang dimiliki

seseorang, baik yang dibawa sejak lahir maupun yang diperoleh melalui proses belajar, yang memungkinkan individu untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan baik, baik secara fisik maupun mental. Indikator kemampuan kerja telah diungkapkan oleh beberapa ahli terdahulu diantaranya (Campbell, 2021) mengemukakan bahwa kemampuan kerja terdiri dari indikator-indikator berikut ini: Keterampilan (*skill*), Pengetahuan (*knowledge*), Pengalaman Kerja (*work experience*). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Akbar, (2021) bahwa Kemampuan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Hal serupa juga dikatakan dalam penelitian (Khotimah, 2023) terdapat pengaruh kemampuan kerja yang signifikan terhadap motivasi kerja. Serta hasil penelitian dari (Kurniawan, A., Yunus, M., 2023) mengungkapkan bahwa kemampuan kerja berpengaruh positif terhadap motivasi kerja. Sehingga dapat disimpulkan kemampuan kerja akan meningkatkan motivasi kerja.

4.9.3 Pengaruh Promosi Jabatan terhadap Motivasi Kerja

Tujuan ketiga penelitian ini adalah mengetahui dampak promosi jabatan terhadap motivasi kerja di RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Dalam analisis pengaruh promosi jabatan (X_2) terhadap motivasi kerja (Y), diperoleh nilai $t_{hitung} = 5,995$ ($df = 70 - 4 = 66$; $t_{tabel} = 2,0024$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Secara parsial, analisis ini menunjukkan bahwa promosi jabatan memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja di instansi tersebut dipengaruhi oleh promosi jabatan.

Menurut Fathoni (2006), promosi jabatan adalah perkembangan positif bagi seorang pegawai yang dinilai punya kinerja baik. Hal ini mencakup pemberian tanggung jawab dan kewenangan lebih besar kepada pegawai yang berprestasi. Promosi jabatan berarti peningkatan jabatan yang melibatkan tugas yang lebih berat, prestasi yang lebih tinggi, fasilitas, status, serta tuntutan kecakapan yang lebih tinggi, diikuti dengan peningkatan upah atau gaji serta tunjangan lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Khotimah (2023) bahwa promosi jabatan berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Dan hasil dari Natalina (2019) Promosi jabatan berdampak positif signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Dan senada dengan hasil penelitian dari (Putri, W. A., & Frianto, 2021) bahwa promosi jabatan berpengaruh terhadap motivasi kerja pegawai. Sehingga dapat disimpulkan promosi jabatan akan mempengaruhi motivasi kerja.

4.9.4 Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Motivasi Kerja

Tujuan keempat penelitian ini untuk melihat pengaruh pengembangan karir terhadap motivasi kerja pegawai di RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Hasil pengujian pengaruh pengembangan karir (X_2) terhadap motivasi kerja (Y) menunjukkan nilai $t_{hitung} = 4,427$ ($df = 70 - 4 = 66$; $t_{tabel} = 2,0024$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Secara parsial, ditemukan pengaruh yang signifikan antara pengembangan karir terhadap motivasi kerja di RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan karir memainkan peran penting dalam menentukan motivasi kerja pegawai di instansi tersebut.

Menurut Rivai (2011), pengembangan karir merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja individu guna mencapai karir yang diinginkan. T. Hani Handoko (2013) menyatakan bahwa pengembangan karir adalah upaya yang dilakukan seorang pegawai untuk merencanakan dan mencapai tujuan karirnya, yang dapat didukung oleh departemen personalia, tergantung pada kebijakan departemen tersebut. Anwar Prabu Mangkunegara, yang dikutip oleh Fubrin J. Andrew (2013), mendefinisikan pengembangan karir sebagai kegiatan yang membantu pegawai merencanakan karir masa depan mereka, sehingga baik perusahaan maupun pegawai dapat berkembang secara optimal. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian hasil pengamatan dari

(Putri, W. A., & Frianto, 2021). bahwa pengembangan karir berpengaruh terhadap motivasi kerja. Lisdiani, V., & Ngatno, 2019). bahwa pengembangan karir berpengaruh positif terhadap motivasi kerja karyawan. Dan hasil penelitian dari (Kurniawan, A., Yunus, M., 2023) pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Sehingga dapat disimpulkan pengembangan karir akan mempengaruhi motivasi kerja.

4.9.5 Pengaruh Insentif, Kemampuan kerja, Promosi jabatan dan Pengembangan Karir terhadap Motivasi Kerja

Tujuan kelima dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir terhadap motivasi kerja Pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Pengujian hipotesis, dari uji ANOVA (Uji Simultan / Uji F) didapat nilai F_{hitung} sebesar 8,632 dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan $df_1 = (k-1) = 3$, $df_2 = 70 - 4 = 66$, $F_{tabel} 2,74$, maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $8,632 > 2,53$, akibatnya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh signifikan antara variabel insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan, pengembangan karir terhadap motivasi kerja Pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_5) yang berbunyi variabel insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan, pengembangan karir terhadap motivasi kerja Pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh diterima, maka dari itu hipotesis keempat (H_5) dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Adi, 2021) bahwa insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja karyawan. Hal serupa juga dikatakan dalam penelitian (Akbar, 2021) terdapat pengaruh insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir yang signifikan terhadap motivasi kerja. Serta hasil penelitian dari (Kurniawan, A., Yunus, M., 2023) mengungkapkan bahwa insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir berpengaruh positif terhadap motivasi kerja. Sehingga dapat disimpulkan kemampuan kerja akan meningkatkan motivasi kerja. Jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesa dari penelitian ini yaitu insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir secara simultan berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja Pada RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh telah terbukti.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan hipotesis yang telah dijelaskan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu insentif berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Kemampuan kerja berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Promosi jabatan berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh. Insentif, kemampuan kerja, promosi jabatan dan pengembangan karir secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi kerja pegawai RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh.

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan penelitian. Untuk itu peneliti mengemukakan beberapa rekomendasi yaitu RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh disarankan untuk meninjau ulang dan meningkatkan insentif bagi pegawai berdasarkan evaluasi kebutuhan, seperti insentif kerja lembur, tunjangan khusus, atau insentif prestasi, guna meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas kerja. Direktur RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh diharapkan dapat menyusun program pelatihan rutin yang relevan dengan tugas pegawai, termasuk pelatihan teknis, seminar, workshop, dan sesi tutorial bulanan atau triwulanan, untuk meningkatkan kompetensi kerja dan profesionalisme pegawai. Direktur RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh disarankan untuk merancang mekanisme promosi jabatan berbasis kinerja yang transparan dan adil, guna

memberi peluang karier yang lebih jelas dan memotivasi pegawai untuk berkinerja lebih baik. Direksi RSUD Mayjen H. A. Thalib Kota Sungai Penuh diharapkan melakukan evaluasi berkala mengenai pangkat dan golongan pegawai serta menyesuaikan jabatan sesuai kompetensi. Program kenaikan pangkat berbasis evaluasi kinerja juga bisa diterapkan agar pegawai merasa dihargai dan termotivasi dalam pengembangan karier.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2021). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*. Aswaja Pressindo.
- Adi, H. S. (2021). Analisis Path Pada Insentif, Stres kerja Dan Dampaknya Terhadap Komitmen Organisasional PT KAI Yogyakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(3).
- Akbar, F. (2021). Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Kecamatan Tambaksari Surabaya. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 4(1).
- Campbell, J. P. (2021). *Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology*. Tearson Education Limited.
- Danim, S. (2020). *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. PT. Rineka Cipta.
- Gitosudarmo, I. & N. S. (2019). *Perilaku Keorganisasian*. BPFE Universitas Gajah Mada.
- Handoko, H. (2019). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE.
- Haryani, Iha Hatta, W. R. (2020). Budaya Organisasi, Insentif, Kepuasan Kerja, Dan Kinerja Karyawan Pada PT Avrist Assurance. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 6(2).
- Hasibuan, M. S. . (2020). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Kaswan. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi*. Graha Ilmu.
- Khotimah, K. (2023). Pengaruh Promosi Jabatan dan Insentif Terhadap Motivasi Kerja (Studi pada pegawai PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Malang). *Jurnal Management Dan Psikologi*, 4(2).
- Kurniawan, A., Yunus, M., & M. (2023). Pengaruh Kompensasi dan Pengembangan Karir terhadap Motivasi serta Dampaknya pada Kinerja Pegawai PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh. *Jurnal Pengembangan Manajemen Informatika Dan Komputer*, 9(2).
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. PT. Refika Aditama.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2020). *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. PT. Refika Aditama.
- Muri, Y. (2021). *Metode Penelitian: Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.
- Natalina, E. V. (2019). Pengaruh Peran Kepemimpinan Dan Promosi Jabatan Terhadap Motivasi Kerja Yang Berdampak Pada Peningkatan Kinerja Pegawai Perum Peruri Karawang. *Jurnal Kajian Bisnis Dan Keuangan*, 4(3).
- Panggabean, M. S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ghalia Indonesia.
- Putri, W. A., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Pengembangan Karir terhadap Motivasi dan Dampaknya terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus di PT. Barata Indonesia (Persero) Gresik). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 6(2).
- Rivai, V. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Rajawali Pers.
- Robbins. (2019). *Perilaku Organisasi*. Gramedia.
- Siagian, S. (2019). *Kepemimpinan Organisasi & Perilaku Administrasi*. Gunung Agung.
- Sjafri, M. (2019). *Manajemen Sumber Daya Strategik*. Ghalia Indonesia.
- Triguni. (2018). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Raja Grafindo.
- Umam, K. (2019). *Perilaku Organisasi*. Pustaka Setia.

Peran Perencanaan Karir dan Dukungan Keluarga dalam Meningkatkan Kematangan Karir Pemuda Desa Mekarwangi

Deden Nurdiansyah, Ayu Nike Retnowati, Dikdik Purwadisastra

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

Email: denconurv@gmail.com; anr3515@unibi.ac.id; dikdiknurtanio@unibi.ac.id

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
14 April 2025	15 April 2025	24 April 2025

Abstrak

Tingginya jumlah pengangguran di Desa Mekarwangi, Kecamatan Argapura, Kabupaten Majalengka, serta pekerja yang sebagian besar bekerja tidak sesuai dengan kompetensi yang diambil di bangku sekolah menengah kejuruan. Rendahnya pemahaman dalam Perencanaan Karir tergambar dari pemilihan jurusan yang lebih merujuk pada keputusan teman. Penelitian ini untuk mengetahui gambaran serta pengaruh baik parsial maupun simultan mengenai Perencanaan Karir dan Dukungan Sosial Keluarga terhadap Kematangan Karir. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, verifikatif dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif, dengan populasi sebanyak 269 orang dengan sampel 134 orang. Melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik sampling *non-probability sampling Purposive samping*, dengan kriteria Pemuda yang belum bekerja. Pengujian statistik menggunakan uji asumsi klasik, melakukan pengujian determinasi untuk memperoleh besaran pengaruh dari masing masing variable, serta menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui arah pengaruh tiap variable. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh bahwa Perencanaan karir dan Kematangan Karir berada pada kategori buruk, Dukungan Sosial Keluarga berada pada kategori rendah. Perencanaan karir berpengaruh terhadap Kematangan karir sebesar 79 %, Dukungan Sosial Keluarga berkontribusi sebesar 2,8 %, Perencanaan Karir dan Dukungan Sosial Keluarga secara bersama – sama berpengaruh sebesar 79,6 %. Dukungan Sosial Keluarga tidak berpengaruh terhadap Kematangan Karir

Kata Kunci: Perencanaan Karir, Dukungan Sosial Keluarga, Kematangan Karir

Abstract

The high number of unemployed in Mekarwangi Village, Argapura District, Majalengka Regency, and workers who mostly work not in accordance with the competencies taken in vocational high school. The low understanding of Career Planning is reflected in the choice of majors that refer more to friends' decisions. This study is to determine the description and influence of both partial and simultaneous Career Planning and Family Social Support on Career Maturity. This study uses a descriptive method, verification using a Quantitative approach, with a population of 269 people with a sample of 134 people. Distributing questionnaires using non-probability sampling techniques Purposive side, with the criteria of unemployed Youth. Statistical testing using the classical assumption test, conducting determination tests to obtain the magnitude of the influence of each variable, and using multiple linear regression to determine the direction of the influence of each variable. Based on the results of data processing, it was obtained that Career Planning and Career Maturity were in the bad category, Family Social Support was in the low category. Career planning

has an effect on Career Maturity of 79%, Family Social Support contributes 2.8%, Career Planning and Family Social Support together have an effect of 79.6%. Family Social Support has no effect on Career Maturity.

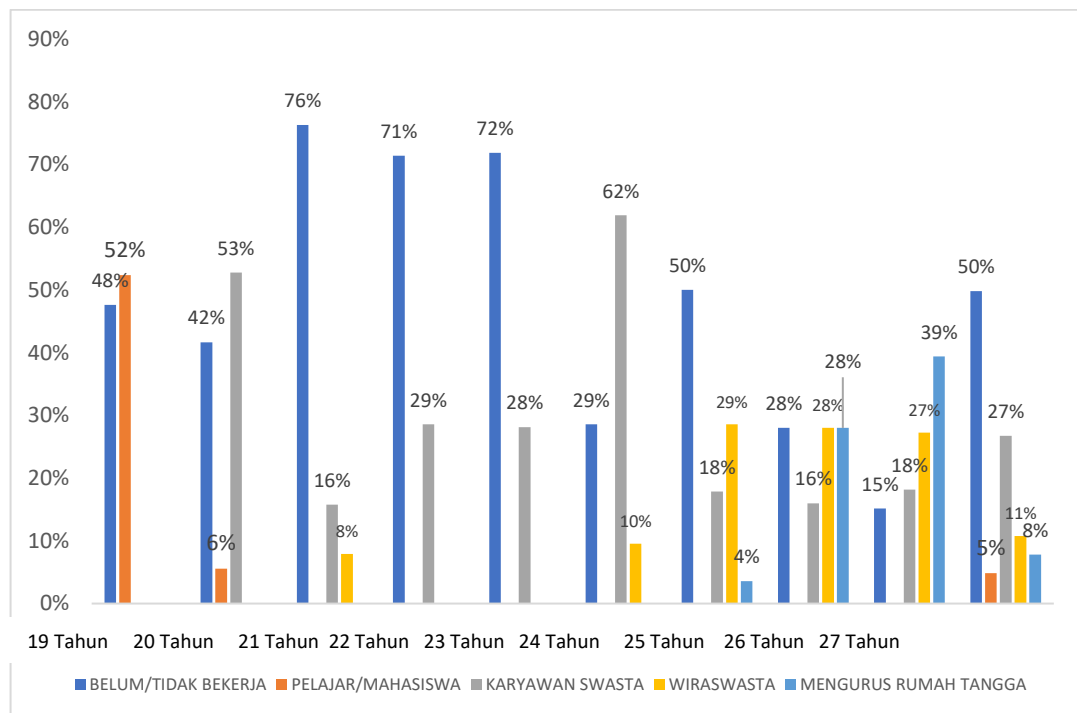
Keywords: *Career Plannning, Family Social Support, Career Maturity*

1 PENDAHULUAN

Indonesia menduduki ranking kedua di ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) yang memiliki tingkat pengangguran yang tinggi dengan tingkat pengangguran di dalam negeri mencapai 5,45%. Berdasarkan survey yang jumlah pengangguran di Indonesia mencapai 7,89 juta jiwa dari total Angkatan kerja sebanyak 147,71 juta orang. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) mengemukakan bahwa mayoritas pengangguran di Indonesia di dominasi oleh Gen Z (Annur, 2023). Gen Z adalah generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet, generasi yang haus akan teknologi, generasi yang memiliki intuisi yang kuat terhadap teknologi, tanpa melihat panduan akan mengerti cara menggunakan sesuatu. Generasi ini lahir antara tahun 1995 sampai 2012 (Noordiono, 2016). Gen Z dianggap sebagai generasi manja akan tetapi Gen Z memiliki kelebihan yaitu lebih adaptif terhadap teknologi, kreatif, bisa menerima perbedaan, peduli terhadap sesama dan senang berekspresi, meskipun Gen Z memiliki kelebihan yang tidak dipunyai oleh Generasi sebelumnya akan tetapi Gen Z bukan Generasi terbaik yang pernah lahir. Gen Z mempunyai kekurangan seperti FOMO (*Fear of Missing Out*), kecemasan, tingkat stress yang tinggi dan mudah mengeluh (Salsabila, 2023).

Berdasarkan data BPS dominasi pengangguran sebanyak 5,2 juta jiwa di daerah perkotaan sedangkan 4,6 juta jiwa di daerah pedesaan. Pernyataan lain dari Menteri ketenagakerjaan (Menaker) Ida Fauziyah, pengangguran berusia muda tercatat lulusan SMK menjadi penyumbang tertinggi angka pengangguran, hal ini terjadi karena kurangnya sinkronisasi antara Pendidikan dan permintaan tenaga kerja sehingga tidak terjadi Link and Match antara Dunia Pendidikan dan Dunia Industri. Maraknya pengangguran di kalangan Gen Z ini bisa menjadi ancaman yang serius bonus demografi menuju Indonesia emas 2045 (Idris, 2024). Dikutip dari CNBC Indonesia menurut peneliti senior Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, Handayani mengatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi lulusan SMK menjadi penyumbang terbanyak pengangguran di Indonesia seperti Proses *Job Search* yang membutuhkan waktu untuk mencari/memilih pekerjaan yang sesuai dengan keahlian kompetensinya, ketidaksesuaian antara jurusan dengan lowongan kerja di dunia usaha/industri, ketertinggalan teknologi yang dipakai untuk kerja praktik di SMK sehingga menimbulkan ketidaksesuaian dengan teknologi yang dipakai di dunia usaha/industri dan yang terakhir ditanamkannya pikiran bahwa lulus sekolah siap menjadi pekerja bukan menjadi seorang usahawan. CNBC Indonesia dilansir (Rabu, 17 Mei 2022).

Fenomena ini terjadi juga di Desa Mekarwangi Kecamatan Argapura, Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. Letak geografis Desa Mekarwangi di dominasi oleh Pesawahan dan Perkebunan ini memiliki kekayaan alam yang melimpah dikarenakan Desa Mekarwangi berada di Kaki Gunung Ciremai, untuk memanfaatkan sumber daya alamnya yang melimpah sebagian masyarakat bekerja sebagai Petani (Rohaetin, 2022).



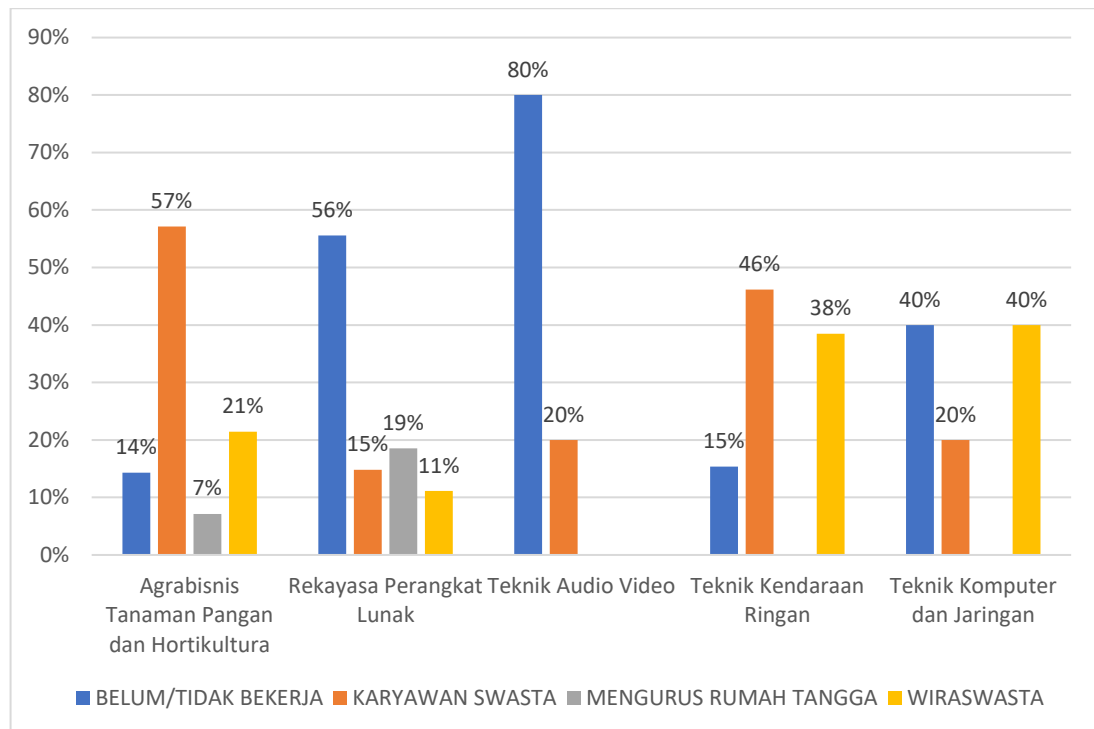
Sumber: Kantor Desa Mekarwangi (2023)
Gambar 1. Tingkat Pengangguran di Desa Mekarwangi

Tingkat pengangguran di Desa Mekarwangi masih relatif tinggi, tingkat pengangguran didominasi oleh kelompok usia 21-23 tahun, sebagian besar pengangguran di desa mekarwangi tidak memiliki karir jangka panjang yang jelas, kurang dalam pencarian informasi karir yang diminatinya, tidak memiliki kompetensi untuk merencanakan karir dan tidak pernah menganalisis informasi yang dimiliki dalam membuat keputusan karir. meskipun responden memiliki pemahaman yang baik mengenai persyaratan pekerjaan yang diminatinya hal tersebut tidak menjadikannya matang dalam merencanakan karirnya.

Berdasarkan teori Super dalam Lindawati et al (2021) Kematangan karir melibatkan pembuatan perencanaan dan pengumpulan keputusan karir berdasarkan eksplorasi yang telah dilakukan, Perencanaan karir membentuk landasan strategis yang memungkinkan individu mengarahkan langkah-langkah menuju kesuksesan profesional. Dengan merinci tujuan, mengidentifikasi minat, dan mengeksplorasi peluang-peluang yang relevan, seseorang dapat membentuk visi yang jelas tentang arah karir mereka (Shantika, 2019). Proses perencanaan ini bukan hanya mengenai pencapaian tujuan jangka pendek, tetapi juga melibatkan penyesuaian dan evolusi berkelanjutan seiring dengan perkembangan individu. Dalam mencapai kematangan karir, perencanaan karir menjadi fondasi yang kokoh, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil membawa individu menuju kesuksesan yang berkelanjutan dan memuaskan secara profesional.

Berdasarkan teori Holland dalam Nulhusni (2021) dijelaskan bahwa dasar pemilihan karir seseorang dapat dipengaruhi oleh ungkapan kepribadian mereka. Hal ini tercermin dalam keinginan seseorang untuk mencari lingkungan yang memungkinkan mereka belajar, mengasah kemampuan, dan menunjukkan potensi mereka. Dengan demikian, individu cenderung mencari karir yang sesuai dengan karakteristik pribadi mereka. Proses ini tidak hanya mencakup pencarian tempat untuk berkembang, tetapi juga mencerminkan keinginan untuk menonjolkan kemampuan yang dimiliki, sehingga menciptakan jalan menuju karir yang sejalan dengan bakat dan minat individu, adapun menurut Fitrianiingsih (2022) kematangan karir seseorang dipengaruhi oleh faktor yang meliputi

dukungan sosial keluarga, prestasi belajar, efikasi diri, pengalaman kerja praktik, dan perencanaan karir.



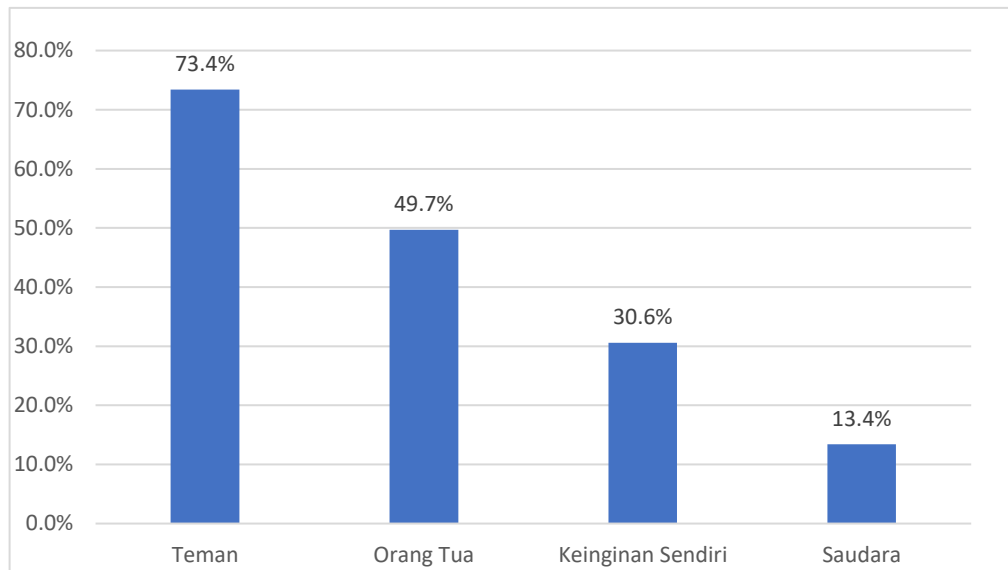
Sumber: Data Penduduk Desa Mekarwangi (Diolah oleh peneliti, 2023)

Gambar 2. Pekerjaan Pemuda di Desa Mekarwangi

Berdasarkan gambar 2 terdapat latar belakang Pendidikan dan pekerjaan yang dijalani oleh pemuda di Desa Mekarwangi latar belakang Pendidikan Rekayasa Perangkat Lunak dan Teknik Audio Video Sebagian besar belum bekerja sedangkan lulusan Teknik Kendaraan Ringan dan Teknik Komputer dan Jaringan sebagian besar memilih untuk berwirausaha. Terdapat ketimpangan antara latar belakang Pendidikan dengan pemilihan karir yang dijalani. Berdasarkan survey yang dilakukan kepada 30 responden diperoleh bahwa responden tidak mempertimbangkan pilihan karir berdasarkan minatnya, tidak memiliki rencana yang jelas untuk mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan karir namun di sisi lain responden dapat mengidentifikasi keterampilan yang dimilikinya, teratur mencari umpan atas karirnya dan menciptakan gaya hidup yang dapat menunjang tujuan karirnya.

Kematangan karier menurut Super dalam Rahma (2018) dipengaruhi oleh faktor yang ada dalam diri individu dan faktor situasional. Faktor dalam diri individu (personal) diantaranya gen, bakat yang dimiliki individu, prestasi akademik, kebutuhan, nilai, minat, sikap, dan kesadaran diri (*self awarness*), sedangkan faktor situasional salah satunya adalah keluarga. Sudjani (2014) menjelaskan bahwa keluarga memberikan peran paling besar dalam menentukan kematangan karier dibandingkan dengan lingkungan lainnya, yaitu masyarakat, wawasan dunia kerja, usaha mencari informasi, keterlibatan guru di sekolah, dukungan infrastuktur dan sikap terhadap konsepsi pekerjaan. Menurut Rachmasari & Purwantini (2019) dukungan keluarga adalah bantuan yang diterima oleh individu dari anggota keluarganya, baik berupa informasi, saran, materi, dan emosional. Selain memberi dukungan berupa materi, orang tua juga dapat memberikan informasi, saran, nasehat dan menjadi tempat bertukar pikiran mengenai karir dan pekerjaan yang ingin dicapai

Dukungan sosial dari keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kematangan karir individu. Keluarga, sebagai lingkungan pertama bagi setiap individu, dapat memberikan dukungan tidak hanya secara materi tetapi juga dalam bentuk informasi, saran, dan nasehat. Orang tua, sebagai bagian integral dari keluarga, tidak hanya berperan sebagai penyedia dukungan finansial, tetapi juga dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi. Mereka menjadi tempat bagi individu untuk bertukar pikiran mengenai aspirasi karir dan pekerjaan yang ingin dicapai. Dengan demikian, faktor keluarga menjadi unsur eksternal yang signifikan dalam membentuk dan memperkaya perjalanan kematangan karir seseorang.



Sumber: Katadata (2021)

Gambar 3. Grafik Pemilihan Jurusan

Berdasarkan gambar 3, Survei Perilaku Siswa dalam Pemilihan Jurusan Pendidikan Sebagian besar masyarakat Indonesia memutuskan pemilihan jurusan berdasarkan rekomendasi teman dan orang tua sedangkan hanya 30% saja yang memutuskan berdasarkan keinginan pribadinya. Pemilihan jurusan berdasarkan saran teman atau keluarga merupakan anggapan bahwa dukungan sosial dapat menjadi penguat keyakinan atas kematangan karir seseorang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kulsum *et al* (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh dukungan sosial keluarga terhadap kematangan karir. Berdasarkan presurvey yang dilakukan kepada 30 pemuda di Desa Mekarwangi diperoleh bahwa responden mendapatkan dukungan sosial keluarga karena responden merasa keluarga memberikan dukungan atas keputusan yang diambil, memberikan saran atas keputusan-keputusan penting, memberikan petunjuk dalam mengatasi kesalahan namun responden merasa tidak di dukung dari sisi apresiasi atas pencapaian yang didapat.

Apresiasi sebagai bagian dari *emotional support* penting untuk membentuk kepercayaan diri dan motivasi karir. Hasil ini dapat memberikan gambaran spesifik dari dukungan keluarga (apresiasi) berpengaruh terhadap kematangan karir, sehingga bisa dijadikan acuan untuk Batasan intervensi keluarga/orangtua. Ketidaksesuaian antara jurusan SMK dan pekerjaan atau pilihan karir nyata yang dijalani. Menyebabkan pemborosan potensi dan rendahnya kesiapan kerja pasca kelulusan. Penelitian ini bisa menjadi rujukan untuk mengembangkan kurikulum berbasis kebutuhan industri lokal atau program bimbingan karir di tingkat sekolah menengah. Banyak responden tidak memiliki rencana karir jangka panjang dan tidak melakukan eksplorasi karir secara aktif. Tanpa perencanaan karir, individu cenderung pasif dan tidak siap bersaing di dunia kerja. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam mengembangkan model atau modul perencanaan karir yang relevan

dan bisa diterapkan di sekolah-sekolah desa. Ketidaksesuaian minat dengan jurusan mengurangi motivasi dan kesesuaian dengan dunia kerja. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar perlunya assessment minat bakat sejak dini. Teknologi yang digunakan di SMK tertinggal dari dunia industri. Membuat lulusan tidak siap kerja dan memperpanjang proses pencarian kerja. Menjadi pijakan untuk kerjasama SMK dengan dunia industri secara lebih aktif dan tepat guna.

Berdasarkan latar belakang tersebut didapat bahwa tingginya pengangguran di kalangan generasi Z, ketidaksesuaian antara Pendidikan dan pekerjaan, kurangnya perencanaan karir dan kematangan karir serta kurangnya dukungan keluarga dalam aspek penghargaan atas prestasi menjadi ancaman terutama dengan kondisi bonus demografi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber rujukan untuk meningkatkan Link and Match antara Pendidikan dan Dunia Kerja serta mendorong perencanaan karir terutama bagi para Siswa/Siswi SMA dan sederajat untuk dapat memiliki kematangan karir.

2 KAJIAN PUSTAKA

Menurut Saifuddin (2018) kematangan karier adalah suatu tahap perkembangan karier individu yang ditandai oleh adanya persiapan untuk meraih masa depan. Persiapan yang dilakukan meliputi mencari informasi karier, memahami diri dalam bentuk menelusuri dan menemukan bakat dan minat, memilih karier di masa depan dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai karier yang sesuai.

Adapun Indikator Kematangan karir menurut Super dalam Lindawati et al (2022) adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan Karir, indikasi seseorang memiliki kematangan karir adalah memiliki perencanaan sebagai *starting point* untuk meraih cita-cita atas karir yang diharapkannya
2. Eksplorasi Karir, pada tahap ini seseorang menelusuri lebih dalam mengenai karir yang akan ditujunya dengan mencari informasi mengenai profesi tersebut dan keterampilan seperti apa yang dibutuhkan dalam profesi yang ditujunya
3. Pengetahuan Tentang Membuat Keputusan karir, setelah menghimpun informasi pada tahap eksplorasi karir, seseorang memiliki pengetahuan yang cukup untuk membuat keputusan karirnya
4. Pengetahuan Tentang Dunia Kerja, tidak hanya spesifik mencari informasi atas karir yang diharapkannya, seseorang juga mencari informasi mengenai dunia kerja secara umum atas karir yang ditujunya

Super dalam Lindawati et al (2021) Kematangan karir melibatkan pembuatan perencanaan dan pengumpulan keputusan karir berdasarkan eksplorasi yang telah dilakukan, Perencanaan karir membentuk landasan strategis yang memungkinkan individu mengarahkan langkah-langkah menuju kesuksesan profesional

Menurut Wasesa (2019) Perencanaan karir adalah proses dimana individu merencanakan kehidupan kerja mereka dengan fokus utama perencanaan karir yang seharusnya memiliki keterkaitan dengan tujuan pribadi dan kesempatan yang secara nyata dan realistis tersedia didalam organisasi. Adapun Indikator Perencanaan Karir menurut Bagun dalam Wasesa (2019) adalah sebagai berikut:

1. Mengenali Bakat, pengenalan bakat sebagai bagian dari perencanaan karir ditujukan agar terjadi keseusian antara karir yang diharapkan dengan bakat yang dimiliki oleh calon pekerja sebagai modal
2. Kesempatan Karir, seseorang yang terindikasi merencanakan karir sudah melakukan pemetaan mengenai peluang karir yang dapat diisi untuk keberhasilan karirnya
3. Memperhatikan Penampilan Karir, calon pekerja akan melakukan eksplorasi mengenai hal hal yang mendukung karir sasarannya salah satunya bagaimana penampilan yang dibutuhkan untuk mengisi karir tersebut

4. Memperhatikan Gaya Hidup, perencanaan karir yang matang menjadikan seorang calon pekerja menjadikan spesifikasi karir yang ditujunya sebagai gaya hidup yang telah disesuaikan. Contohnya ketika seseorang akan menjadi seorang prajurit, dia mengupayakan gaya hidup yang sehat dengan menjaga makan dan rajin berolahraga agar tubuhnya menyesuaikan dengan tujuan karirnya

Fitrianingsih (2022) kematangan karir seseorang dipengaruhi oleh faktor yang meliputi dukungan sosial keluarga, prestasi belajar, efikasi diri, pengalaman kerja praktik, dan perencanaan karir. Menurut Rachmasari & Purwantini (2019) dukungan keluarga adalah bantuan yang diterima oleh individu dari anggota keluarganya, baik berupa informasi, saran, materi, dan emosional. Adapun indikator Dukungan Sosial Keluarga menurut Sarafino dalam Utami (2016) adalah sebagai berikut:

1. Dukungan Emosional, dukungan berupa kehadiran secara emosional, contohnya bersedia mendengarkan curahan hati anggota keluarga
2. Dukungan Instrumental, dukungan berupa bantuan seperti memberikan cara/solusi atas permasalahan yang terjadi
3. Dukungan Informasi, dukungan berupa nasihat dan saran yang membantu anggota keluarganya
4. Dukungan Penghargaan, dukungan berupa umpan balik positif ketika anggota keluarga mendapatkan suatu pencapaian atau penghargaan atas upaya yang dilakukan dalam bentuk feedback

Bagian ini mencakup kajian pustaka seperti teori, konsep, dan/atau model yang relevan sebagai acuan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau untuk menjawab tujuan penelitian. Kajian pustaka hendaknya memanfaatkan sumber referensi terbaru, terutama berupa jurnal ilmiah, disertasi, tesis, buku teks, dan bahan lain yang relevan.

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk memperoleh keadaan masing-masing variabel, sedangkan pengaruhnya menggunakan metode verifikatif. Penggunaan teknik deskriptif dan verifikatif untuk memperoleh gambaran secara rinci tentang hal-hal yang menimbulkan pengaruh didasarkan pada uraian keadaan masing-masing variabel. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya, dengan menggunakan skala ordinal dan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah Pemuda yang belum bekerja yang berada di Desa Mekarwangi yaitu sebanyak 134 orang. Melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik sampling *non-probability sampling Purposive samping*, dengan kriteria Pemuda yang belum bekerja. Penetapan Teknik sampling ini didasari untuk dapat menjangkau sampel yang lebih tepat dan sesuai dengan penelitian yang memfokuskan pada pemuda di desa Mekarwangi. Pengujian statistik menggunakan uji asumsi klasik, melakukan pengujian determinasi untuk memperoleh besaran pengaruh dari masing-masing variabel, serta menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui arah pengaruh tiap variabel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Distribusi sampel dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung maupun dengan google form dan berkoordinasi dengan pemerintahan setempat. Dalam proses pengujian data, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen penelitian. Tahap selanjutnya adalah uji normalisasi, dilanjutkan dengan uji regresi linier berganda untuk mengetahui arah pengaruh dan mengetahui besarnya dampaknya. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji-t dan uji-f.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran data, diperoleh 134 responden dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Persentase
Usia	19 – 21 Tahun	35 %
	22 – 24 Tahun	33 %
	25 – 27 Tahun	32 %
Jenis Kelamin	Laki – Laki	52 %
	Perempuan	48 %
Pendidikan Terakhir	Sekolah Dasar	5 %
	Sekolah Menengah Pertama	47 %
	Sekolah Menengah Atas	10 %
	Sekolah Menengah Kejuruan	28 %
	Madrasah Aliyah	9 %
	Starta 1	1 %

Sumber: olah data penulis (2024)

Pada tabel 1 diperoleh bahwa responden berada pada rentang usia yang cukup merata dari umur 19-27 tahun dengan rata rata 30% pada setiap kelas usia, begitu pula dengan gender meskipun lebih banyak laki-laki namun hanya selisih 4% dari nilai tertinggi, untuk Pendidikan terakhir di desa Mekarwangi didominasi oleh pemuda dengan Pendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama (SMP). Hal ini mengindikasikan bahwa rendahnya minat studi penduduk di desa Mekarwangi.

4.1 Kematangan Karir

Berdasarkan hasil penyebaran data diperoleh bahwa Kematangan Karir pada Pemuda di Desa Mekarwangi termasuk kedalam kategori buruk, hal tersebut menunjukkan bahwa Pemuda di Desa Mekarwangi menunjukkan keraguan atas kesiapannya dalam menghadapi berbagai situasi yang terjadi dalam karirnya, meskipun tidak semuanya menunjukkan keraguan, berdasarkan hasil jawaban responden 25% responden siap menghadapi berbagai situasi dalam karirnya, 25% ragu dan 25% tidak siap. Hal tersebut menunjukkan keragaman kemampuan dari para pemuda di Desa Mekarwangi. Di sisi lain responden hampir tidak memiliki berbagai aspek dalam kematangan karir yaitu rendahnya perencanaan masa depan, ketidakmampuan dalam Menyusun Langkah-langkah dalam mencapai tujuan karir, rendahnya keinginan untuk mencari informasi, rendahnya pengetahuan atas informasi pekerjaan dan posisi karir yang diminati, hal ini juga didukung dengan rendahnya wawasan tentang industri yang akan dimasuki pada saat bekerja.

Temuan ini menandakan bahwa para pemuda berada dalam kondisi rentan secara profesional karena kurang memiliki arah dan kesiapan menghadapi tantangan dunia kerja. Pembinaan atas kondisi ini memunculkan tidak efektifnya tenaga kerja di desa, dalam fenomena saat ini yang mengalami bonus demografi, di sisi lain dapat meningkatkan jumlah pengangguran, kesenjangan antara Pendidikan dan pekerjaan, rendahnya produktivitas dalam pembangunan daerah.

4.2 Perencanaan Karir

Perencanaan Karir pada Pemuda di Desa Mekarwangi termasuk kedalam kategori buruk, hal tersebut menunjukkan bahwa beberapa pemuda di Desa Mekarwangi sudah memiliki pemahaman

yang baik mengenai bidang keterampilan yang mereka kuasai dalam merencanakan karir mereka tetapi berimbang dengan jumlah responden yang menjawab bahwa mereka ragu dan bahkan tidak mengetahui keterampilan yang dimilikinya. Mereka cenderung fokus pada kesesuaian antara keterampilan yang dimiliki dan pekerjaan yang diinginkan, yang dapat memberikan kepuasan tersendiri ketika bekerja sesuai dengan kemampuan mereka, namun perhatian mereka terhadap aspek keseimbangan antara kehidupan dan pekerjaan masih kurang. Hal ini menunjukkan bahwa dalam perencanaan karir, mereka lebih menitikberatkan pada faktor-faktor keterampilan yang diperlukan, daripada mempertimbangkan pentingnya menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Di Desa Mekarwangi juga masih terdapat banyaknya pemuda yang bekerja namun tidak sesuai dengan kompetensi yang diambil saat sekolah, seperti menjadi operator pabrik dan staff mini market. Pada perencanaan karir, responden tidak dapat mengidentifikasi hal hal mendasar tentang dirinya sebagai landasan dalam merencanakan karir seperti ketidaktahuannya atas minat, keterampilan yang dimiliki, tujuan karir yang ingin ditempuh. Responden juga tidak berkeinginan untuk mengembangkan diri seperti mengikuti pelatihan untuk dapat keterampilan yang lebih untuk mengisi kesempatan karir yang lebih baik.

Temuan menunjukkan bahwa sebagian pemuda tidak memiliki kejelasan mengenai minat, keterampilan, dan tujuan karir. Ini mencerminkan rendahnya kesadaran diri (*self-awareness*) yang menjadi dasar dalam proses perencanaan karir. Tanpa pemahaman diri yang kuat, pemuda rentan terhadap keputusan karir yang tidak terarah, cenderung ikut-ikutan (*peer pressure*) atau hanya fokus pada pekerjaan tersedia bukan yang sesuai. Banyak pemuda bekerja tidak sesuai dengan latar belakang pendidikannya menandakan Tidak adanya strategi karir jangka Panjang, kurangnya koneksi atau informasi terhadap peluang yang relevan, lemahnya sinergi antara output pendidikan dan kebutuhan dunia kerja. Hal ini akan berdampak pada rendahnya motivasi kerja, produktivitas, dan akhirnya menciptakan siklus *underemployment* (pekerja yang tidak menggunakan potensi maksimalnya).

4.3 Dukungan Sosial Keluarga

Dukungan Sosial Keluarga pada Pemuda di Desa Mekarwangi termasuk kedalam kategori rendah, hal tersebut menunjukkan bahwa pemuda di Desa Mekarwangi menerima nasihat dari anggota keluarga mengenai cara menghadapi tantangan hidup, namun mereka tidak mendapatkan saran ketika membuat keputusan penting. Selain itu, pemuda di desa tersebut merasa kurang mendapatkan dukungan berupa apresiasi atau umpan balik positif dari keluarga ketika mencapai suatu keberhasilan. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan yang mereka terima lebih bersifat non-material, seperti nasihat atau dukungan emosional, ketimbang bentuk apresiasi konkret seperti hadiah. Masyarakat di Desa Mekarwangi juga masih lebih mementingkan ekonomi dibandingkan Pendidikan untuk anak-anaknya.

Temuan menunjukkan bahwa sebagian pemuda tidak memiliki kejelasan mengenai minat, keterampilan, dan tujuan karir. Ini mencerminkan rendahnya kesadaran diri (*self-awareness*) yang menjadi dasar dalam proses perencanaan karir. Tanpa pemahaman diri yang kuat, pemuda rentan terhadap keputusan karir yang tidak terarah, cenderung ikut-ikutan (*peer pressure*) atau hanya fokus pada pekerjaan tersedia bukan yang sesuai. Banyak pemuda bekerja tidak sesuai dengan latar belakang pendidikannya menandakan Tidak adanya strategi karir jangka Panjang, kurangnya koneksi atau informasi terhadap peluang yang relevan, lemahnya sinergi antara *output pendidikan* dan *kebutuhan dunia kerja*. Hal ini akan berdampak pada rendahnya motivasi kerja, produktivitas, dan akhirnya menciptakan siklus *underemployment* (pekerja yang tidak menggunakan potensi maksimalnya).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	82,452	2,778	29,680	<,001
	Perencanaan Karir	-,936	,042	-,887	<,001
	Dukungan Sosial Keluarga	,051	,050	,041	,306

a. Dependent Variable: Kematangan Karir

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27 (2024)
Gambar 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh bahwa baik perencanaan karir maupun dukungan sosial keluarga memiliki arah pengaruh positif terhadap kematangan karir. Dengan kontribusi pengaruh perencanaan karir berpengaruh terhadap kematangan karir sebesar 79%, dukungan social keluarga berpengaruh sebesar 2,8% terhadap kematangan karir. Pengaruh perencanaan karir dan dukungan social keluarga terhadap kematangan karir sebesar 79,6%.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,893 ^a	,798	,796	8,182

a. Predictors: (Constant), Perencanaan Karir

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27 (2024)
Gambar 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Perencanaan Karir terhadap Kematangan Karir

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,167 ^a	,028	,021	17,929

a. Predictors: (Constant), Dukungan Sosial Keluarga

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27 (2024)
Gambar 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Dukungan Sosial Keluarga terhadap Kematangan Karir

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,894 ^a	,799	,796	8,180

a. Predictors: (Constant), Dukungan Sosial Keluarga, Perencanaan Karir

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27 (2024)
Gambar 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Perencanaan Karir dan Dukungan Sosial Keluarga terhadap Kematangan Karir

Hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa variabel Perencanaan Karir berpengaruh secara parsial terhadap Kematangan Karir, Dukungan Sosial Keluarga tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kematangan Karir. variabel Perencanaan Karir dan Dukungan Sosial Keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap Kematangan Karir.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	82,452	2,778	29,680	<,001
	Perencanaan Karir	-,936	,042	-,887	<,001
	Dukungan Sosial Keluarga	,051	,050	,041	,306

a. Dependent Variable: Kematangan Karir

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27 (2024)

Gambar 8. Hasil Uji t Perencanaan Karir (X_1) terhadap Kematangan Karir (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	82,452	2,778	29,680	<,001
	Perencanaan Karir	-,936	,042	-,887	<,001
	Dukungan Sosial Keluarga	,051	,050	,041	,306

a. Dependent Variable: Kematangan Karir

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27 (2024)

Gambar 9. Hasil Uji t Dukungan Sosial Keluarga (X_2) terhadap Kematangan Karir (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34888,518	2	17444,259	260,694	<,001 ^b
	Residual	8765,818	131	66,915		
	Total	43654,336	133			

a. Dependent Variable: Kematangan Karir

b. Predictors: (Constant), Dukungan Sosial Keluarga, Perencanaan Karir

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 27 (2024)

Gambar 10. Hasil Uji F

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kematangan karir pemuda di Desa Mekarwangi masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor utama, yaitu endahnya perencanaan karir, sebagian besar pemuda tidak memiliki kesadaran akan minat, keterampilan, dan tujuan karirnya. Kurangnya wawasan tentang dunia kerja, termasuk informasi terkait peluang pekerjaan dan industri yang relevan. Dukungan sosial keluarga yang masih terbatas, terutama dalam bentuk apresiasi atau bimbingan konkret terhadap pilihan karir anak-anaknya. Banyaknya pemuda yang bekerja di bidang yang tidak sesuai dengan kompetensinya, yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pendidikan dan kebutuhan pasar kerja. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa perencanaan karir memiliki pengaruh signifikan terhadap kematangan karir

dengan kontribusi sebesar 79%, sementara dukungan sosial keluarga hanya memiliki pengaruh sebesar 2,8%. Secara keseluruhan, kedua variabel ini berkontribusi 79,6% terhadap kematangan karir, menunjukkan bahwa perencanaan karir menjadi faktor dominan dalam membentuk kesiapan individu dalam dunia kerja.

5.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada satu lokasi penelitian, yaitu Desa Mekarwangi, sehingga hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan untuk populasi yang lebih luas. Fokus pada faktor internal dan keluarga, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lain seperti kondisi ekonomi, kebijakan pemerintah, dan peran dunia industri dalam mendukung kematangan karir pemuda. Metode pengumpulan data masih mengandalkan self-report, yang memungkinkan adanya bias dalam jawaban responden. Tidak mengeksplorasi lebih dalam faktor psikologis, seperti kepercayaan diri, motivasi intrinsik, dan hambatan psikologis lainnya yang mungkin berpengaruh terhadap kematangan karir.

5.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Melakukan penelitian di daerah lain untuk membandingkan hasil dan melihat apakah faktor-faktor yang memengaruhi kematangan karir memiliki pola yang serupa di berbagai lokasi. Menambahkan variabel lain, seperti keterlibatan dunia industri, kebijakan pendidikan, dan pelatihan kerja sebagai faktor eksternal yang dapat memengaruhi kematangan karir. Menggunakan metode penelitian yang lebih mendalam, seperti wawancara kualitatif dengan pemuda, orang tua, guru, dan pengusaha untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas. Melibatkan aspek psikologis, seperti efikasi diri, motivasi, dan kepercayaan diri sebagai faktor yang dapat mempengaruhi perencanaan karir dan kematangan karir pemuda. Mengembangkan intervensi berbasis edukasi dan pelatihan, misalnya program bimbingan karir atau pelatihan keterampilan yang dapat meningkatkan kesiapan kerja pemuda.

Desa dapat bekerjasama dengan sekolah, komunitas dan keluarga untuk dapat membuat program bimbingan karir terstruktur di sekolah-sekolah, mengadakan career day dengan mendatangkan praktisi sebagai gambaran mengenai profesi-profesi yang dapat diisi oleh para lulusan SMA/SMK, membuat pelatihan perencanaan karir. Desa dapat berkolaborasi dengan dinas tenaga kerja untuk mengadakan program magang dan pelatihan sebagai bekal untuk meningkatkan skill dan pemahaman para siswa calon tenaga kerja. Desa juga dapat mengadakan program kewirausahaan sebagai alternatif. Desa dapat melakukan pengutan di tingkat karang taruna untuk dapat mengasah keterampilan non formal para pemuda dalam meningkatkan kompetensi dan kesiapannya di industri. Pada tingkatan yang lebih kecil desa dapat meningkatkan pemahaman orang tua mengenai pentingnya dukungan keluarga dalam karir anak.

Dengan memperluas cakupan penelitian dan menambahkan aspek-aspek yang lebih kompleks, diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan rekomendasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kematangan karir generasi muda di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawarman, L. P. (2020). Peran Bimbingan Kelompok Dalam Perencanaan Karir Siswa. *Advice: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, Vol. 2 No. 2 (2020). doi: <https://doi.org/10.32585/advice.v2i2.786>.
- BPS. (2023). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Jawa Barat pada Bulan Agustus 2023 sebesar 7,44 persen. Retrieved from Badan Pusat Statistik Jawa Barat: <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2023/11/06/1095/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--di-jawa-barat-pada-bulan-agustus-2023-sebesar-7-44-persen.html>.

- Dewi, R., Lubis, L., & Azhar. (2020). Hubungan Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Dengan Kematangan Karir pada Mahasiswa Keperawatan STIKES Muhammadiyah Lhokseumawe. *Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2, no 1 . doi:<https://doi.org/10.31289/tabularasa.v2i1.285>.
- Dewi, R., Lubis, L., & Azhar. (2020). Hubungan Efikasi Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Dengan Kematangan Karir pada Mahasiswa Keperawatan STIKES Muhammadiyah Lhokseumawe. *Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, Vol. 2, No. 1. doi:<https://doi.org/10.31289/tabularasa.v2i1.285>.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9 ed.). *Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Greatnusa. (2023). Arti Perilaku Organisasi dan Elemen, Manfaat, Serta Konsepnya. Retrieved from <https://greatnusa.com/artikel/perilaku-organisasi-adalah/>.
- Hamzah, A. (2019). Kematangan Karier Teori dan Pengukurannya. Jl. Puncak Joyo Agung No.129, Merjosari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. 65144: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Handayani, D. (2023). Penyebab Banyaknya Lulusan SMK yang Menjadi Pengangguran. (S. Nasution, Interviewer).
- Hendrianti, N. P., & Dewinda, H. R. (2019). Konsep Diri dan Dukungan Sosial Keluarga terhadap Kematangan Karir pada Siswa Kelas XII SMK. *Jurnal Riset Aktual Teknologi*, Vol. 10, No. 1. doi:<https://doi.org/10.24036/rapun.v10i1.105016>.
- Ibrahim, I. (2023). Kesenjangan Pencari Kerja dan Lapangan Kerja, Mengapa Terus Ada? Retrieved from palopopos.co.id: <https://palopopos.fajar.co.id/2023/06/13/kesenjangan-pencari-kerja-dan-lapangan-kerja-mengapa-terus-ada/>.
- Indeed. (2022). *How Unemployment Affects Individuals and the Economy*. Retrieved from [indeed.com](https://www.indeed.com): <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/effects-unemployment>.
- Iskandar, & Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Internal Locus of Control, Konsep Diri dan Dukungan Keluarga terhadap Kematangan Karir pada Universitas Kuningan. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, Vol 19, No. 01. doi:<https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4956>.
- Jatmika, D., & Linda. (2015). Gambaran Kematangan Karir Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. PSIBERNATIKA.
- Kincki, A. (2021). Management - a Practical Introduction. *New York: McGraw Hill Higher Education*.
- Kompas.com. (2021). Survei Aku Pintar 2021: 6 Fakta Menarik Pemilihan Jurusan. Retrieved from [kompas.com](https://edukasi.kompas.com/read/2021/06/22/152922271/survei-aku-pintar-2021-6-fakta-menarik-pemilihan-jurusan): <https://edukasi.kompas.com/read/2021/06/22/152922271/survei-aku-pintar-2021-6-fakta-menarik-pemilihan-jurusan>.
- Kulsum, U. (2017). Pengaruh Konsep Diri dan Dukungan Sosial Keluarga Terhadap Kematangan Karir Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fkip Uns. Institutional Repository. Retrieved from <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/76113/>.
- Lailatunnikma, & Nastiti, D. (2021). Overview of Career Maturity in Class XII Students in High School. *Academia Open*, Vol 4.
- Lebba, & Sari, H. (2021). Perilaku Organisasi Hasil Riset, Lengkap, Mudah dan Praktis. Jl. Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Ngalik Sleman: Deepublish CV Budi Utama.
- Lindawati, S., Lubis, D., & Fatchiya, A. (2022). *The Influence of Vocational High School Students Communication with Parents, Teachers, and Peers on the Career Maturity*. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*.
- Lutfianawati, D., & Widyayanti, N. (2019). Hubungan Antara Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Keluarga Dengan Kematangan Karir Siswa Kelas Xii Smk "X" Kabupaten Waykanan. *PSYCHE : Jurnal Psikologi*, Vol. 1, No. 1. doi:<https://doi.org/10.36269/psyche.v1i1.70>.
- Marlina. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. In Marlina, E. D. Harmadji, O. Trinanda, Amaliyah, O. Hapsara, M. Syahputri, . . . E. Saefullah, Manajemen Sumber Daya Manusia (p. 11). Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

- Mu'jiatullah. (2019). Motivasi Belajar Karya Tulis Ilmiah Peserta Didik Madrasah Aliyah Di Kota pare-pare. *Jurnal Educandum*.
- Nashriyah, Q. S., Yusuf, M., & Karyanta, A. N. (2014). Hubungan antara Penyesuaian Diri dan Dukungan Sosial Keluarga dengan Kematangan Karir pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNS. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candradiwa*, Vol. 2, No. 5. Retrieved from <https://candradiwa.psikologi.fk.uns.ac.id/index.php/candradiwa/article/view/72>.
- Nasrullah. (2022). Pengangguran. (Deden, Interviewer).
- Nasrullah. (2023). Tanggapan terhadap Anak Muda di Desa Mekarwangi. (D. Nurdiasyah, Interviewer).
- Noor, A. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Padang: PT Global Eksekutif*.
- Nulhusni, N., Afdal, & Yusuf, M. (2021). Analisis Teori Holland dalam Bimbingan dan Konseling Karir. *SCHOULID : Indonesian Journal of Schooling Counseling*, Vol 6, No 2. doi:<https://doi.org/10.23916/08930011>.
- Pio, R. J. (2017). Perencanaan dan Pengembangan Karir. *Proceeding Seminar Nasional & Ilmu Sosial 2017*, Vol 1 No 1 (2017).
- Prasasti, A. L., & Gufron, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri Dan Dukungan Keluarga Terhadap Kematangan Karir Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI. *Educurio : Education Curiosity*, Vol. 1 No. 3. Retrieved from <https://qjurnal.my.id/index.php/educurio/article/view/458>.
- Rachmasari, N. A., & Purwantini, L. (2018). Kemandirian Belajar Dan Dukungan Keluarga Terhadap Kematangan Karier Pada Siswa SMA. *Jurnal Selaras*, Vol. 1 No. 2 . doi:<https://doi.org/10.33541/sel.v1i2.929>.
- Rahma, U., & Rahayu, E. W. (2018). Peran Dukungan Sosial Keluarga dalam Membentuk Kematangan Karier Siswa SMP. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, Vol. 11 No. 3. doi:<https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.3.194>.
- Ridho, R., & Purba, D. O. (2023). Banten Jadi Provinsi dengan Pengangguran Tertinggi, Lulusan SMK Penyumbang Terbanyak. Retrieved from <https://regional.kompas.com/read/2023/11/15/095416878/banten-jadi-provinsi-dengan-pengangguran-tertinggi-lulusan-smk-penyumbang>.
- Robbins, S. P. (2019). *Fundamentals of Management* (10th Editions). London: Pearson.
- Robins, S., & Coulter, M. (2017). *Management* (14th Edition). London: Pearson.
- Rohaetin , T. (2022). Pesona Desa Mekarwangi yang berada di Kaki Gunung Ciremai. Majalengka, Jawa Barat, Kota Majalengka.
- Rohaetin, T. (2022). Data Penduduk Desa Mekarwangi. Majalengka: Kantor Desa Mekarwangi.
- Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian. Bantul - Yogyakarta: Penerbit Sastrabook.
- Saifuddin, A. (2018). Kematangan Karier (Teori dan Strategi Memilih Jurusan dan Merencanakan Karier). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Simbolon, N. A. (2020). Hubungan Antara Dukungan Sosial Keluarga Dengan Kualitas Hidup Pasien Hemodialisis Di Unit Hemodialisis Rsup H.Adam Malik Medan Tahun 2019. DSpace Repository. Retrieved from <http://poltekkes.aplikasi-akademik.com/xmlui/handle/123456789/2064>.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. (Ayup, Ed.) Kediri: Literasi Media Publishing.
- Statistik, B. P. (2023). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,32 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 3,18 juta rupiah per bulan. Retrieved from [BPS.go.id](https://bps.go.id).
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Vols. Cetakan ke-22). Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung, Jawa Barat, Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Vols. Cetakan ke-29). Jl. Gegerkalong Hilir No. 84 Bandung, Jawa Barat, Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Supardi, P. (2023). Kenapa Angka Pengangguran di Majalengka Masih Tinggi? Ternyata Ini Penyebabnya. (L. I. Hasyim, Editor) Retrieved from radarindramayu.id: <https://radarindramayu.id/read/655625/kenapa-angka-pengangguran-di-majalengka-masih-tinggi-ternyata-ini-penyebabnya>.
- Tekke, M., & Ghani, F. (2013). *Examining the Level of Career maturity among Foreign Asian Students by measuring Academic Level. Journal of Education and Learning*, 101.
- Utami, R. S., & Raudatussalamah. (2016). Hubungan Dukungan Sosial Keluarga dengan Kepatuhan Berobat. *Jurnal Psikologi*.
- Wasesa, S. (2019). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Komitmen Profesi terhadap Perencanaan Karir Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pegawai di Kantor Balai Wilayah Sungai Sumatera II. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis*.
- Zulfikar, F. (2021). 87 Persen Mahasiswa RI Merasa Salah Jurusan, Apa Sebabnya? Retrieved from detikedu: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5828770/87-persen-mahasiswa-ri-merasa-salah-jurusan-apa-sebabnya>.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Wanita, Literasi Digital, Dan Fleksibilitas Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Pada Karyawan Weeknd Planner)

Lisa Eka Charisa¹⁾, Niken Widyastuti²⁾, Harianto Simarmarta³⁾, Dikdik Purwadisastra⁴⁾

^{1,2)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Proklamasi 45

^{3,4)} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: lisaekaa6@gmail.com; widyastutiniken@up45.ac.id; hariantosimarmarta@unibi.ac.id;
dikdiknurtanio@unibi.ac.id

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
14 April 2025	22 April 2025	24 April 2025

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan wanita, literasi digital, dan fleksibilitas kerja terhadap produktivitas kerja karyawan di Weeknd Planner. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan sampling jenuh pada 40 karyawan, dan data dianalisis menggunakan regresi berganda dengan SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan wanita, literasi digital, dan fleksibilitas kerja berpengaruh terhadap produktivitas karyawan, baik secara parsial maupun simultan. Gaya kepemimpinan wanita menciptakan lingkungan kerja yang suportif, literasi digital meningkatkan efisiensi kerja, dan fleksibilitas kerja membantu karyawan menyeimbangkan tugas akademik dan profesional.

Kata kunci: Kepemimpinan Wanita, Literasi Digital, Fleksibilitas Kerja, Produktivitas Kerja

Abstract

This study analyzes the influence of women's leadership style, digital literacy, and work flexibility on employee work productivity at Weeknd Planner. The research employs a descriptive quantitative method with saturated sampling on 40 employees, and the data is analyzed using multiple regression with SPSS version 20. The results show that women's leadership style, digital literacy, and work flexibility significantly affect work productivity, both partially and simultaneously. Women's leadership style creates a supportive work environment, digital literacy enhances work efficiency, and work flexibility helps employees balance academic and professional responsibilities.

Keywords: Women's Leadership, Digital Literacy, Work Flexibility, Work Productivity.

1 PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah cara organisasi menilai produktivitas kerja, di mana penggunaan teknologi informasi memungkinkan karyawan bekerja lebih efisien. Wahyudi *et al.* (2023) menyatakan bahwa transformasi digital telah mengubah cara organisasi menilai dan mengukur produktivitas karyawannya. Dalam industri *wedding planner and organizer*, produktivitas kerja menjadi sangat krusial mengingat karakteristiknya yang unik dengan *deadline* ketat dan ekspektasi klien yang tinggi. Asriyanti *et al.* (2024) menekankan bahwa produktivitas tidak hanya diukur dari penyelesaian tugas, tetapi juga dari kepuasan klien dan pengelolaan sumber daya yang optimal.

Keberhasilan *wedding planner and organizer* dalam mencapai produktivitas yang optimal tidak terlepas dari peran kepemimpinan. Kepemimpinan wanita menjadi fenomena menarik dalam dinamika organisasional, di mana mereka memperlihatkan keunggulan dalam keterampilan komunikasi, empati, dan manajemen kompleksitas (Waworuntu *et al.*, 2022). Mustikasari *et al.*, (2023) menambahkan bahwa gaya kepemimpinan wanita membutuhkan keseimbangan antara empati dan ketegasan untuk menghasilkan kinerja optimal. Namun, fenomena di Weeknd Planner menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan yang terlalu mengedepankan empati tanpa diimbangi ketegasan justru mengakibatkan budaya kerja yang sangat santai, yang berpotensi menurunkan produktivitas, pada weeknd planner sering terjadi keterlambatan dalam proses kerja, terutama proses dekorasi, penataan ruangan untuk resepsi bahkan sampai proses pengadaan bahan baku untuk resepsi yang seringkali terkendala akibat masalah produktivitas kerja dari karyawan pada weeknd planner.

Pemimpin wanita yang memiliki literasi digital yang baik dapat teknologi untuk mengoptimalkan koordinasi tim dan mengelola pekerjaan secara lebih efisien. Sahrazad *et al.* (2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial dan teknologi digital dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan produktivitas melalui pencarian pasar dan pelanggan potensial. Weeknd Planner telah menerapkan berbagai teknologi modern seperti sistem manajemen proyek digital dan platform *meeting online*, yang tidak hanya memudahkan koordinasi tim tetapi juga mendukung transparansi dalam komunikasi kerja. Hal ini sejalan dengan temuan Afrizal *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja karyawan, terutama dalam industri yang membutuhkan komunikasi cepat dan akurat seperti *wedding planner and organizer*. pemimpin monoton dalam proses komunikasi sehingga kurang memanfaatkan literasi digital pada weeknd planner pemimpin dalam proses komunikasi memang sudah mengedepankan literasi digital tetapi itu hanya sebatas komunikasi biasa, tidak memanfaatkan literasi digital untuk membangun kebersamaan tim yang kuat akibatnya target tidak terselesaikan dengan baik.

Selain kepemimpinan wanita dan literasi digital, fleksibilitas kerja menjadi aspek penting yang turut memengaruhi produktivitas kerja. Fleksibilitas dalam pengaturan waktu kerja memungkinkan karyawan untuk bekerja dengan lebih nyaman dan efektif, terutama dalam industri yang bersifat *client-centric*. Vebrianthy *et al.* (2022) menemukan bahwa fleksibilitas kerja dapat meningkatkan produktivitas karena memberikan keleluasaan bagi karyawan dalam mengatur waktu kerja optimal mereka. Namun, di Weeknd Planner, sistem kerja yang terlalu fleksibel karena mayoritas karyawannya adalah mahasiswa *freelancer* justru berdampak pada kedisiplinan kerja antara lain seringkali karyawan atau terlambat dalam memulai suatu pekerjaan sehingga dapat menghambat pekerjaan lainnya, hal ini tentu sangat mengganggu dalam memberikan pelayanan kepada klien. Ketidakseimbangan antara fleksibilitas dan kontrol kerja ini dapat menghambat efektivitas organisasi, seperti yang diungkapkan dalam penelitian Hermawanto & Santosa (2024) yang menekankan pentingnya sistem *monitoring* yang efektif dalam mengelola fleksibilitas kerja agar tidak berdampak negatif terhadap produktivitas.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Adriansyah & Rahmayati (2024) dengan menambahkan variabel gaya kepemimpinan wanita dan fleksibilitas kerja. Kebaruan penelitian terletak pada kombinasi ketiga variabel tersebut yang belum pernah diteliti sebelumnya dalam konteks industri *wedding planner and organizer*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya kepemimpinan wanita, literasi digital, dan fleksibilitas kerja terhadap produktivitas kerja di industri *wedding planner and organizer*. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi manajemen yang lebih efektif dalam industri ini.

2 KAJIAN PUSTAKA

Kepemimpinan wanita adalah gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh perempuan dalam mengelola organisasi dengan pendekatan yang lebih demokratis, transformasional, dan partisipatif (Goethals & Hoyt, 2017). Pemimpin wanita sering kali memiliki tingkat empati dan komunikasi

interpersonal yang lebih tinggi dibandingkan pemimpin pria, yang dapat menciptakan hubungan kerja yang lebih harmonis dan meningkatkan keterlibatan karyawan (Ma'ruf & Kusumaningtyas, 2024). Namun, penelitian Rahman *et al.* (2018) menemukan bahwa tidak ada perbedaan signifikan antara kepemimpinan wanita dan pria dalam aspek manajerial. Menurut Hasibuan dalam Yusro *et al.* (2022), gaya kepemimpinan wanita dapat diukur melalui lima dimensi utama: (1) Pengambilan keputusan, (2) Pemberian motivasi, (3) Jalinan komunikasi, (4) Hubungan dengan bawahan, (5) Tanggung jawab.

Kepemimpinan sangat penting dalam berbagai industri, terutama dalam industri jasa dan kreatif, yang menuntut pemimpin untuk mampu mengelola koordinasi tim, memastikan komunikasi yang efektif, serta menangani dinamika kerja yang cepat dan fleksibel (Asriyanti *et al.*, 2024). Penelitian Waworuntu *et al.* (2022) menunjukkan bahwa kepemimpinan wanita memiliki dampak positif terhadap produktivitas kerja karena pendekatan mereka yang lebih komunikatif dan empatik.

Literasi digital telah menjadi kompetensi kunci dalam era modern, melampaui sekadar kemampuan teknis dalam menggunakan teknologi. Ini mencakup pemahaman komprehensif tentang cara memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja, serta kemampuan untuk mengevaluasi dan menggunakan informasi digital secara kritis dan etis. Perspektif ini didukung oleh Adriansyah & Rahmayati (2024) yang menekankan pentingnya pemahaman dan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital secara efektif.

Literasi digital modern juga melibatkan kesadaran akan implikasi sosial dan etis dari penggunaan teknologi, yang menjadi semakin penting dalam lingkungan kerja yang terdigitalisasi. Hague dan Payton dalam Nugraha (2022) mengidentifikasi lima komponen utama literasi digital: keterampilan teknologi dalam menggunakan perangkat digital, keterampilan informasi untuk mencari dan mengevaluasi informasi, komunikasi dan kolaborasi digital, kritis dan etika digital, serta refleksi dan pengembangan pribadi. Pengukuran kemampuan literasi digital menurut Sahrazad *et al.* (2022) melalui empat indikator utama: (1) penggunaan smartphone yang efektif, (2) pengelolaan jejaring sosial yang profesional, (3) kemampuan pengaturan keamanan digital, dan (4) efektivitas penggunaan teknologi digital dalam pekerjaan.

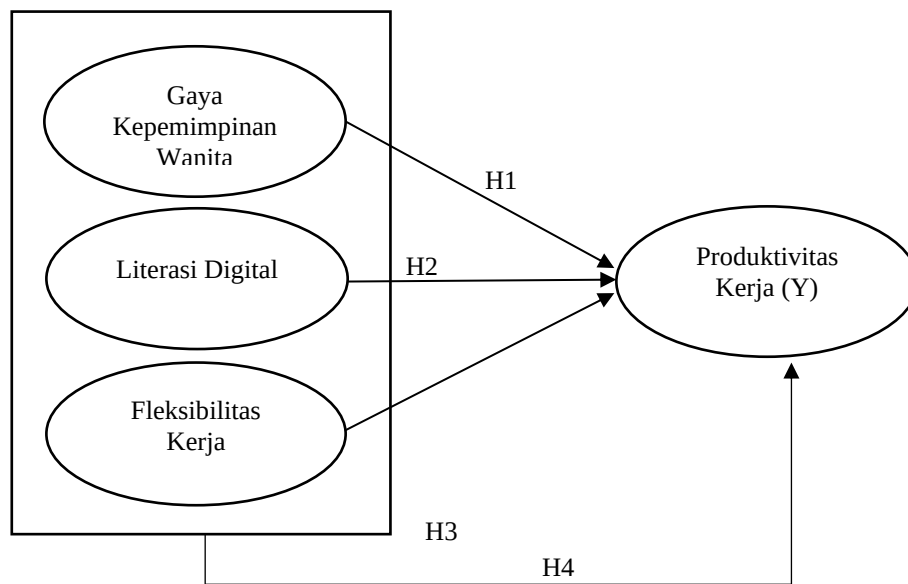
Penelitian Sahrazad *et al.* (2022) menemukan bahwa adopsi teknologi digital yang baik dapat meningkatkan efisiensi komunikasi dan koordinasi dalam organisasi, Afrizal *et al.* (2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam pekerjaan dapat mempercepat penyelesaian tugas, mengurangi kesalahan komunikasi, dan meningkatkan transparansi informasi.

Fleksibilitas kerja adalah sistem kerja yang memberikan kebebasan kepada karyawan dalam menentukan waktu dan tempat kerja agar dapat mencapai keseimbangan antara kehidupan profesional dan pribadi (Vebrianthy *et al.*, 2022). Namun, penelitian Rahayu & Muna ((2021) menemukan bahwa kelebihan fleksibilitas dapat menyebabkan kurangnya keterikatan kerja dan menurunkan akuntabilitas karyawan. Penelitian Hermawanto & Santosa (2024) juga menunjukkan bahwa fleksibilitas kerja dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan, tetapi jika tidak dikelola dengan baik, dapat menurunkan kedisiplinan dan efektivitas kerja

Menurut Rothausen dalam Damayanti & Suwandana (2021) terdapat tiga indikator utama fleksibilitas kerja: (1) kesempatan untuk menyelesaikan tugas sambil melakukan kegiatan lain yang menunjukkan kebebasan dalam manajemen waktu, (2) kemudahan dalam mendapatkan hari libur atau waktu personal yang mencerminkan keseimbangan kehidupan-kerja, dan (3) adanya pengaturan kerja yang fleksibel yang mendukung produktivitas optimal. Penelitian Damayanti & Suwandana (2021) menunjukkan bahwa pengaturan kerja yang fleksibel secara efektif mempengaruhi produktivitas wiraswasta. Adiyanti & Sari (2024) memperkuat temuan ini dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan positif antara fleksibilitas jam kerja dengan produktivitas kerja.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengajukan empat hipotesis untuk mengungkap pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan pengujian pengaruh secara parsial dan simultan.



Gambar 1. Model Penelitian

H1: Gaya kepemimpinan wanita berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan.

H2: Literasi digital berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan

H3: Fleksibilitas kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja karyawan.

H4: Gaya Kepemimpinan Wanita, Literasi Digital, dan Fleksibilitas Kerja berpengaruh secara simultan terhadap Produktivitas Kerja.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif pada perusahaan Weeknd Planner, sebuah *wedding planner and organizer* yang beralamatkan di Perumahan Bumi Prayudan, Jl. Kalisari Blok P9, Mertoyudan, Magelang, dengan menggunakan populasi karyawan yang berjumlah 40 orang sebagai sampel penelitian melalui teknik sampling jenuh. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuisioner menggunakan *google form* yang diukur dengan skala *likert* dengan rentang 1-5. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian menggunakan SPSS versi 20 menunjukkan bahwa instrumen penelitian memenuhi kriteria validitas karena seluruh nilai R-hitung pada butir pertanyaan memenuhi R-tabel (0,321) dengan tingkat signifikansi 5%, serta memenuhi persyaratan reliabilitas dengan nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel berada di atas ambang batas 0,7 sebagaimana yang direkomendasikan oleh Ghazali (2021) sehingga instrumen penelitian dinyatakan memiliki konsistensi dan keandalan yang memadai untuk dilanjutkan pada tahapan analisis berikutnya.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden menggambarkan identitas karyawan Weeknd Planner yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dibagi menjadi beberapa kategori yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan divisi yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

Keterangan	Kategori	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	16	40%
	Perempuan	24	60%
Umur	20 s/d 25 tahun	31	77,5%
	26 s/d 30 tahun	9	22,5%
Pendidikan Terakhir	SMA/ sederajat	18	45%
	Sarjana	22	55%
Divisi	Operasional	1	2,5%
	Keuangan	1	2,5%
	<i>Project Officer</i>	1	2,5%
	<i>Event Production</i>	1	2,5%
	Administrasi	1	2,5%
	<i>Admin What Bride Needs</i>	1	2,5%
	Event Kontributor	34	85%

Sumber: Data primer diolah (2025).

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa karyawan Weeknd Planner didominasi oleh perempuan yang berjumlah 24 orang (60%), sedangkan karyawan laki-laki berjumlah 16 orang (40%). Dari segi usia, mayoritas karyawan berada pada rentang usia 20 sampai 25 tahun yang berjumlah 31 orang (77,5%), sementara sisanya berusia 26 sampai 30 tahun sebanyak 9 orang (22,5%). Hal ini menunjukkan bahwa Weeknd Planner memiliki komposisi karyawan yang relatif muda dan energik.

Ditinjau dari tingkat pendidikan, sebagian besar karyawan memiliki latar belakang pendidikan Sarjana dengan jumlah 22 orang (55%), diikuti oleh lulusan SMA/ sederajat sebanyak 18 orang (45%). Komposisi ini menggambarkan bahwa Weeknd Planner memiliki sumber daya manusia dengan tingkat pendidikan yang cukup tinggi.

Berdasarkan divisi kerja, mayoritas karyawan bekerja sebagai Event Kontributor dengan jumlah 34 orang (85%). Sementara itu, posisi lainnya seperti Operasional, Keuangan, *Project Officer*, *Event Production*, Administrasi, dan *Admin What Bride Needs* masing-masing berjumlah 1 orang (2,5%). Distribusi ini menunjukkan bahwa *Event Kontributor* memiliki peran yang sangat penting dalam operasional perusahaan.

4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda memiliki distribusi data yang normal atau tidak (Ghozali, 2021). Uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan, penelitian ini terbukti berdistribusi normal, karena nilai signifikansi sebesar 0,848 lebih besar dari 0,05.

4.2 Uji Multikolinearitas

Indikator untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Ghozali (2021). Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, nilai *tolerance* masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF masih di bawah 10, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas.

4.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Didapatkan hasil bahwa titik-titik pada *scatterplot* tersebar secara acak dan terdistribusi baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.4 Uji F

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji F yang ditampilkan dalam Tabel 2, nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari batas *alpha* 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara simultan, variabel Gaya Kepemimpinan Wanita, Literasi Digital, dan Fleksibilitas kerja berpengaruh terhadap variabel Produktivitas Kerja.

Tabel. 2 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	838.395	3	279.465	23.101	.000 ^b
Residual	435.505	36	12.097		
Total	1273.900	39			

Sumber: Data primer diolah (2025).

4.5 Uji T

Uji t digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen.

Tabel 3. Hasil Uji T

Variabel Independen	Variabel Dependen	B	t	Sig.
Gaya Kepemimpinan Wanita	Produktivitas Kerja	.399	2.913	.006
Literasi Digital		.486	2.182	.036
Fleksibilitas Kerja		.496	2.569	.014

Sumber: Data primer diolah (2025).

Berdasarkan olah data regresi pada Tabel 3, persamaan regresi pada model penelitian ini ditunjukkan pada persamaan berikut:

$$Y = 6,478 + 0,399X_1 + 0,486X_2 + 0,496X_3$$

Data analisis menunjukkan hasil pengujian bahwa koefisien Gaya Kepemimpinan Wanita memiliki nilai sebesar 0,399 yang bernilai positif dengan tingkat signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Kepemimpinan Wanita berpengaruh terhadap Produktivitas Kerja. Hal ini berarti H1 diterima. Berikutnya, hasil pengujian menunjukkan koefisien Literasi Digital sebesar 0,486 yang bernilai positif dengan tingkat signifikansi $0,036 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Digital berpengaruh terhadap Produktivitas Kerja. Dengan demikian H2 diterima. Selanjutnya, hasil analisis menunjukkan koefisien Fleksibilitas Kerja sebesar 0,496 bernilai positif dengan tingkat signifikansi $0,014 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Fleksibilitas Kerja berpengaruh terhadap Produktivitas Kerja. Hal ini mengindikasikan bahwa H3 diterima.

4.6 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 4 di bawah menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,658. Hal ini berarti bahwa 65,8% variabilitas Produktivitas Kerja dapat dijelaskan oleh variabel Gaya Kepemimpinan Wanita, Literasi Digital, dan Fleksibilitas Kerja, sedangkan sisanya sebesar 34,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.658	.630	3.478

Sumber: Data primer diolah (2025).

5 SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan wanita, literasi digital, dan fleksibilitas kerja memiliki pengaruh terhadap produktivitas kerja di Weeknd Planner. Pendekatan kepemimpinan yang adaptif dan empatik, pemanfaatan teknologi digital secara optimal, serta sistem kerja fleksibel terbukti berkontribusi dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas. Meskipun demikian, diperlukan keseimbangan agar fleksibilitas tidak mengurangi disiplin dan efektivitas kerja. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi produktivitas kerja, seperti budaya organisasi dan *work-life balance*, serta memperluas cakupan industri agar memperoleh wawasan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, S. A., & Sari, R. M. (2024). Pengaruh Fleksibilitas Jam Kerja dan Gaji terhadap Produktivitas Kerja para Pekerja Remote. *Remik: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 8, 66–72.
- Adriansyah, T. M., & Rahmayati, T. E. (2024). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Digital terhadap Produktivitas Kerja Pada Dosen Dalam Menghadapi Pendidikan Era Society 5.0 di Kota Medan. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(1), 360–365.
- Afrizal, H., Alfansi, L., & Salim, M. (2024). The Effect of Digital Literacy and Facilitating Conditions on Increasing Employee Productivity. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 07(01), 213–219.
- Asriyanti, S., Febrianti, A. A., Wulansari, F. N., Mubarak, S., & Anshori, M. I. (2024). Peran Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Karyawan. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 08–21.
- Damayanti, N. P. S., & Suwandana, I. G. M. (2021). Pengaruh Flexible Work Arrangement Dan Kepuasan Kerja. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(09), 817–828.
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goethals, G. R., & Hoyt, C. L. (2017). Women and Leadership: History, Theories, and Case Studies. In *MA: Berkshire Publishing Group LLC*.
- Hadi, H. S. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Journal Of Social Science Research*, 3, 9842–9855.
- Hermawanto, A., & Santosa, A. (2024). Pengaruh Fleksibilitas Kerja, Kecerdasan Emosional Dan Work Life Balance Terhadap Kinerja Karyawan Generasi Z Perusahaan Digital Operation X

- Di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 7(6), 81–89.
- Leuhery, F., Setyawan, A. A., Suyatno, A., & Ety, C. (2024). Analysis Of The Effect Of Transformational Leadership On Work Productivity Analisis. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 3228–3234.
- Ma'ruf, M. F., & Kusumaningtyas, M. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Gaya Kepemimpinan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT Univenus. *Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences (JEBMASS)*, 2(5), 263–269.
- Mustikasari, D. A., Pardiman, & Hufron, M. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Wanita, Komunikasi, Kesetaraan Gender, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan pada Kantor Bupati Kabupaten Jember. *Jurnal Riset Manajemen*, 66–81.
- Nugraha, D. (2022). Literasi Digital dan Pembelajaran Sastra Berpaut Literasi Digital di Tingkat Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(6), 9230–9244.
- Rahayu, T., & Muna, N. (2021). Peran Empowering Leadership Dalam Meningkatkan Produktivitas Karyawan Selama Work From Home. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 98–110.
- Rahman, K. A., Firman, Andra, Y., Samsudin, & Yulita. (2018). Women ' s Leadership Styles : Indonesian Context. *Journal of Islamic Education*, 23(2), 212–223.
- Sahrazad, S., Cleopatra, M., Setyowati, L., Kusuma, A. M., Manurung, L., Wulansari, L., Pamungkas, A. D., Ahmad, D. N., & Kamilia, A. N. (2022). Peran Literasi Digital dan Motivasi Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Cahaya Abadhi Sedjahtera Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(20), 461–475.
- Sutrisno, E. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). Prananda Media Group.
- Vebrianthy, V., Abbas, B., Mahmudin, H., & Sabilalo, A. (2022). Pengaruh Pengaturan Kerja Yang Flexibel, Keseimbangan Kehidupan Kerja Dan Keterikatan Karyawan Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Pada Perusahaan Properti Di Kota Kendari. *Journal Publicuho*, 5(4), 1061–1090.
- Wahyudi, A., Assyamiri, M. B. T., Aluf, W. Al, Fadhilah, M. R., Yolanda, S., & Anshori, M. I. (2023). Dampak Transformasi Era Digital Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(4), 99–111.
- Waworuntu, V. A., Taroreh, R. N., & Lumintang, G. G. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Wanita Dan Komunikasi Wanita Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Chas Gas Adhikarya Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1761–1768.
- Yusro, F. W., Pujiyanto, W. E., Solikhah, A., & Supriyadi. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pada PT. Maha Karya. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 2(2), 169–181.

Investor Behavior Following Stock Split Announcements: Evidence from Indonesian Stock Exchange During 2020 - 2023

Okta Eka Putra, Alya Zadidah Sopyan, Tegar Ryanto Wibowo, Raden Rima Sinta Noor Indah

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

Email: oktaeka@unibi.ac.id; allyaazs57@gmail.com; tegar9604@gmail.com; radenrimasinta@gmail.com

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
15 April 2025	21 April 2025	24 April 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan harga saham sebelum dan sesudah peristiwa *stock split*, serta untuk mengevaluasi respons pasar terhadap perubahan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan komparatif. Pengamatan dilakukan selama periode jendela 3 hari sebelum dan 3 hari sesudah pemecahan saham pada perusahaan - perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 – 2023. Data diperoleh dari sumber terpercaya seperti BEI dan Investing.com yang telah diverifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 28 perusahaan yang dianalisis, 20 perusahaan mengalami respons positif, 7 perusahaan mengalami respons negatif, dan 1 perusahaan tidak menunjukkan perubahan signifikan setelah *stock split*. Respons positif umumnya terjadi pada perusahaan di sektor yang mengalami peningkatan permintaan selama pandemi, seperti sektor kesehatan. Kesimpulannya, dampak *stock split* bervariasi tergantung pada sektor industri, di mana sektor tertentu seperti kesehatan menunjukkan respons pasar yang lebih menguntungkan selama pandemi.

Kata Kunci: *Stock Split, Market Reaction, Public Companies, COVID-19, Sectoral Impact*

Abstract

This study aims to analyze the difference in stock prices before and after a stock split event, and to evaluate the market response to these changes. This study uses a comparative approach. Observations were made during a 3-day window period before and 3 days after the stock split in companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2020-2023. Data was obtained from trusted sources such as IDX and Investing.com which have been verified. The results of the study showed that out of 28 companies analyzed, 20 companies experienced a positive response, 7 companies experienced a negative response, and 1 company showed no significant change after the stock split. Positive responses generally occurred in companies in sectors that experienced increased demand during the pandemic, such as the health sector. In conclusion, the impact of stock splits varies depending on the industry sector, with certain sectors such as health showing a more favorable market response during the pandemic.

Keywords: *Stock Split, Market Reaction, Public Companies, COVID-19, Sectoral Impact*

1 PENDAHULUAN

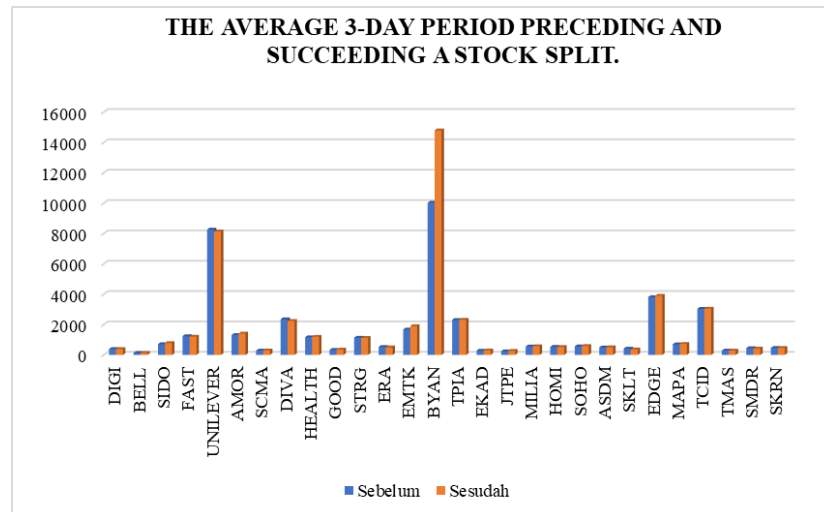
Tahun 2020 merupakan tahun yang sangat fluktuasi di Indonesia. Indonesia juga menghadapi pandemi COVID-19. Pandemi ini telah mengubah dan mempengaruhi beragam aspek kehidupan dan kebijakan, bukan hanya di bidang kesehatan, namun juga di bidang sosial, politik, maupun ekonomi. Di bidang mengalami resesi akibat dampak pandemi COVID-19. Namun, meskipun pasar modal Indonesia juga sempat terpuruk, pasar modal tetap menunjukkan ketahanan dan pemulihan secara bertahap. Pemulihan pasar modal didukung oleh kebijakan stimulus dari pemerintah dan Bank Indonesia, serta oleh pemulihan sektor-sektor tertentu yang beradaptasi dengan kondisi pasar yang baru. Pasar modal Indonesia menunjukkan dinamika yang signifikan selama periode 2020 hingga 2023, dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi dan global. Pada awal tahun 2020, pandemi COVID-19 memberikan tekanan besar terhadap pasar modal, ditandai dengan penurunan tajam pada Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Penelitian oleh Bash (2020) mencatat bahwa pandemi menyebabkan volatilitas pasar yang tinggi dan mengurangi kepercayaan investor secara global. Namun, dengan adanya kebijakan stimulus fiskal dan moneter dari pemerintah, pasar modal perlahan mulai pulih (Fauziah *et al.*, 2021).

Selama periode tersebut, pasar modal Indonesia juga mencatatkan peningkatan partisipasi investor ritel secara signifikan. Studi oleh Wahyudi dan Susanto (2022) menunjukkan bahwa jumlah investor ritel meningkat lebih dari 50% pada 2021 dibandingkan tahun sebelumnya, didorong oleh kemudahan akses melalui *platform* digital. Selain itu, survei yang dilakukan oleh Firmansyah dan Santoso (2023) menemukan bahwa generasi milenial mendominasi investasi di pasar modal, terutama pada saham dan reksadana. Kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam memperkuat perlindungan investor, seperti implementasi fitur e-IPO, turut meningkatkan minat masyarakat berinvestasi (Hadi & Prasetyo, 2022). Dengan lonjakan pembelian obligasi oleh investor asing yang dilaporkan oleh Putri *et al.* (2023), pasar modal Indonesia menunjukkan daya tarik yang semakin kompetitif dalam skala internasional. *Stock split* adalah tindakan korporasi di mana perusahaan membagi sahamnya menjadi beberapa bagian dengan tujuan menurunkan harga per lembar saham tanpa mengubah total kapitalisasi pasar.

Alasan utama perusahaan melakukan *stock split* adalah untuk meningkatkan likuiditas saham dan membuatnya lebih terjangkau bagi investor ritel. Menurut Kurniawan dan Santosa (2021), *stock split* dilakukan dengan tujuan untuk menurunkan harga saham yang dianggap terlalu tinggi, sehingga membuat saham lebih terjangkau dan menarik bagi investor ritel. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi pasar, khususnya investor individu, yang cenderung tertarik dengan harga saham yang lebih rendah. Prasetyo dan Setyawan (2022) juga menyatakan bahwa *stock split* dapat berfungsi sebagai strategi untuk meningkatkan likuiditas saham dengan meningkatkan jumlah saham yang beredar, yang pada gilirannya dapat memperluas basis investor dan memperbaiki dinamika perdagangan saham. Menurut Wijaya dan Raharjo (2023), dampak dari *stock split* terhadap kinerja saham seringkali ditunjukkan dengan adanya peningkatan volume perdagangan jangka pendek dan potensi untuk menciptakan persepsi positif di pasar, meskipun efek jangka panjangnya terbatas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2020), *stock split* dapat mempengaruhi likuiditas saham, namun tidak selalu berdampak pada nilai perusahaan (Sutrisno, 2021). Dalam konteks pasar Indonesia, *stock split* sering kali meningkatkan volume perdagangan saham karena investor ritel cenderung tertarik dengan harga saham yang lebih terjangkau setelah *split* (Ramadhan, 2022). Namun, di sisi lain, riset yang dilakukan oleh Fitrani (2023) menyebutkan bahwa dampak terhadap harga saham jangka panjang relatif kecil, dan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi. Penelitian oleh Hidayat (2021) juga menekankan bahwa *stock split* di Indonesia cenderung lebih banyak dipicu oleh strategi perusahaan untuk menarik perhatian

investor daripada perubahan fundamental perusahaan itu sendiri. Dengan demikian, meskipun efeknya tidak seragam, *stock split* sering kali menjadi strategi yang efektif dalam menciptakan nilai tambah bagi investor.



Sumber: Hasil olah data oleh peneliti (2025)

Gambar 1. Rata – Rata Harga Saham Sebelum dan Sesudah *Stock Split*

Grafik 1 menunjukkan bahwa harga saham rata-rata 28 perusahaan mengalami penurunan setelah melakukan *stock split*, menurun dari 1.743,81 menjadi 1.561,98. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniartini dan Sedana (2020), yang menunjukkan bahwa *stock split* memiliki dampak signifikan pada harga saham, menghasilkan perbedaan yang mencolok sebelum dan setelah *stock split*. Penelitian serupa oleh Rohim (2021) juga mengidentifikasi perbedaan signifikan pada harga saham setelah perusahaan melakukan *stock split*, baik dalam jangka pendek (lima hari) maupun jangka menengah (tiga hari) setelah *stock split*. Secara umum, *stock split* dilakukan untuk meningkatkan likuiditas saham dengan menurunkan harga per lembar saham, sehingga meningkatkan keterjangkauan bagi investor ritel. Meskipun harga per lembar saham menurun, nilai investasi total investor tetap tidak berubah karena kenaikan proporsional dalam jumlah saham yang dimiliki. Selain itu, penelitian Yuniartini dan Sedana (2020) menunjukkan bahwa *stock split* tidak memiliki pengaruh signifikan pada aktivitas volume perdagangan, seperti yang diukur oleh metrik volume perdagangan.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun terjadi penurunan harga saham per lembar setelah *stock split*, tidak ada kenaikan signifikan dalam volume perdagangan. Oleh karena itu, meskipun *stock split* dapat meningkatkan keterjangkauan dan potensi meningkatkan likuiditas, dampaknya pada harga saham dan volume perdagangan dapat bervariasi sesuai dengan persepsi investor dan kondisi pasar yang berlaku secara keseluruhan. Namun hal tersebut dapat dilihat jika pasar optimis, *stock split* akan meningkatkan sentimen positif terhadap nilai saham, sementara jika pasar sedang bearish atau pasar negatif, dimana pasar diprediksi akan terus melemah dan menunjukkan angka penurunan harga saham yang terus melemah. Maka dampak yang harus dihadapi oleh perusahaan tidak sebesar yang diharapkan dengan rencana dalam melakukan *stock split*.

Stock split merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk membagi nilai nominal saham menjadi jumlah yang lebih besar, dengan tujuan meningkatkan likuiditas dan menarik lebih banyak investor. Dalam konteks penelitian terkini, banyak studi yang berfokus pada analisis dampak

stock split terhadap harga saham, likuiditas, dan persepsi investor. Sebelum *stock split*, penelitian menunjukkan bahwa perusahaan sering kali mengalami peningkatan volatilitas harga saham. Investor mungkin mengantisipasi potensi penguatan harga setelah *split*, yang sering kali memicu spekulasi. Metrik seperti volume perdagangan juga sering meningkat, mencerminkan minat yang lebih besar dari investor. Setelah *stock split*, banyak studi mencatat adanya efek positif pada harga saham. Penelitian menunjukkan bahwa saham yang mengalami *split* cenderung mengalami peningkatan harga dalam beberapa bulan setelahnya, sering kali akibat dari meningkatnya minat investor ritel. Selain itu, likuiditas saham juga meningkat, memungkinkan transaksi yang lebih mudah dan efisien. Namun, tidak semua penelitian sepakat tentang manfaat jangka panjang dari *stock split*. Beberapa studi menunjukkan bahwa meskipun ada lonjakan harga awal, efek ini bisa bersifat sementara, dan saham mungkin kembali ke tren sebelumnya setelah periode tertentu.

Secara keseluruhan, dalam penelitian *stock split* mencerminkan dinamika kompleks antara keputusan perusahaan, reaksi pasar, dan perilaku investor. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi hasil jangka panjang setelah *stock split*, serta perbedaan dalam dampaknya di berbagai industri dan kondisi pasar. Fenomena *stock split* pada periode 2020 – 2023 tersebut terjadi karena adanya ketidakstabilan ekonomi akibat dari pandemi COVID-19, yang membuat beberapa perusahaan melakukan *stock split* untuk menarik respon positif dari investor untuk melakukan pembelian terhadap saham. Investor percaya bahwa pemecahan saham akan menghasilkan kenaikan harga saham serta dapat menghasilkan return yang lebih (Jay, 2016). Dengan pernyataan tersebut, penelitian ini dilakukan agar mengetahui hasil dari sebelum dan sesudah dilakukannya *stock split* pada masa pandemi, apakah perusahaan yang melakukan *stock split* memberikan dampak signifikansi terhadap nilai saham. Serta melihat peningkatan likuiditas dan minat investor dalam *time series* yang dapat mendorong harga saham.

2 KAJIAN PUSTAKA

Stock split merupakan salah satu bentuk aksi korporasi yang sering dilakukan oleh perusahaan publik dengan tujuan untuk mempengaruhi persepsi pasar dan meningkatkan aksesibilitas saham di kalangan investor ritel. Fenomena ini terus menjadi perhatian dalam literatur keuangan karena pengaruhnya terhadap nilai saham, volume perdagangan, serta persepsi investor. Dalam konteks global, terutama pasca pandemi COVID-19, banyak perusahaan memilih untuk melakukan *stock split* sebagai strategi meningkatkan likuiditas saham serta menyesuaikan dengan dinamika pasar yang berubah. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan dampak *stock split* di berbagai perusahaan publik selama periode 2020 – 2023. Oleh karena itu, penting untuk memahami teori dan konsep mengenai *stock split* agar dapat memperkuat landasan teoritis dan analitis penelitian.

2.1 Konsep Dasar *Stock Split*

Stock split adalah tindakan perusahaan membagi saham yang beredar menjadi jumlah yang lebih besar dengan menurunkan harga per saham secara proporsional. Misalnya, dalam *stock split 2-for-1*, setiap saham lama akan diganti menjadi dua saham baru dengan harga setengah dari harga sebelumnya. Tujuan utama dari aksi ini adalah meningkatkan likuiditas, memperluas basis investor, dan menjadikan saham lebih terjangkau, khususnya bagi investor individu (Gitman & Zutter, 2019). Secara teoritis, *stock split* tidak mengubah nilai fundamental perusahaan karena tidak ada perubahan dalam arus kas, aset, atau ekuitas pemegang saham. Namun, banyak penelitian menunjukkan bahwa tindakan ini bisa mempengaruhi persepsi pasar dan mengakibatkan perubahan harga saham dalam jangka pendek (Brealey, Myers & Allen, 2020).

2.2 Teori Signaling dan Asimetri Informasi

Menurut teori signaling (Ross, 1977), manajemen perusahaan menggunakan stock split sebagai sinyal bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang sehat dan optimistis terhadap pertumbuhan di masa depan. Stock split dianggap sebagai isyarat positif terhadap ekspektasi arus kas dan kinerja perusahaan. Dalam konteks ini, tindakan stock split sering dikaitkan dengan pengurangan asimetri informasi antara manajemen dan investor. Ketika manajer memiliki informasi privat tentang prospek yang lebih baik di masa depan, stock split digunakan untuk menyampaikan informasi tersebut secara tidak langsung kepada publik (Baker, Gallagher & Morgan, 2020).

2.3 Teori Harga Optimal dan Nominal Price Illusion

Teori harga optimal (*optimal price theory*) menyatakan bahwa perusahaan memiliki preferensi terhadap harga saham yang berada dalam rentang tertentu. Ketika harga saham terlalu tinggi, perusahaan melakukan stock split untuk mengembalikan harga ke kisaran yang dianggap optimal. Teori ini berkaitan dengan fenomena nominal price illusion, di mana investor cenderung lebih tertarik pada saham dengan harga nominal lebih rendah, meskipun nilai riilnya tidak berubah (Fama, Fisher, Jensen & Roll, 1969).

2.4 Reaksi Pasar dan Abnormal Return

Salah satu cara umum untuk mengevaluasi dampak *stock split* adalah melalui studi peristiwa (*event study*), dengan menganalisis *abnormal return*. Banyak studi menemukan adanya *abnormal return* positif di sekitar waktu pengumuman *stock split*, yang menunjukkan bahwa pasar merespon informasi tersebut secara signifikan (Ikenberry, Rankine & Stice, 1996; Ge et al., 2023). Dalam periode 2020 – 2023, muncul bukti bahwa pasar tetap bereaksi terhadap pengumuman *stock split*, meskipun dalam beberapa kasus, reaksi tersebut dipengaruhi oleh kondisi makro ekonomi seperti inflasi, suku bunga, dan ketidakpastian pasar akibat pandemi.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang melakukan *stock split* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan investing.com periode 2020 – 2023. Pemilihan lokasi di Bursa Efek Indonesia ditetapkan karena perusahaannya yang terbuka sehingga memudahkan dalam memperoleh data yang diperlukan, selain itu data-data yang dipublikasikan juga lebih akurat karena terseleksi dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Objek penelitian ini adalah mengenai perbedaan harga saham terakhir sebelum dan harga saham terakhir sesudah terhadap peristiwa *stock split* (pemecahan saham) pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 – 2023 dalam penelitian ini menggunakan pendekatan komparatif. Variabel ini akan diamati selama periode jendela 3 hari sebelum dan 3 hari sesudah pemecahan saham.

Populasi dapat bersifat sangat luas, mencakup berbagai elemen yang memiliki kesamaan dalam hal sifat atau kondisi yang ingin dianalisis. Dalam penelitian, penting untuk mendefinisikan populasi dengan jelas agar hasil yang diperoleh dari sampel (bagian dari populasi yang diambil untuk dianalisis) dapat digeneralisasi dan mencerminkan keadaan yang lebih besar atau keseluruhan. Dalam konteks penelitian ilmiah, populasi merujuk pada seluruh objek atau elemen yang menjadi subjek penelitian dan memenuhi kriteria tertentu yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat sejumlah 28 perusahaan yang melakukan *stock split* pada sumber yang valid untuk dijadikan sampel.

Penelitian ini juga menggunakan berbagai instrumen atau alat pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang valid dan representatif seperti pada website Bursa Efek Indonesia dan investing.com. Pada penelitian ini digunakan juga software yaitu dengan menggunakan Microsoft Excel sebagai alat pengolahan data seperti *return saham* dan rata - rata saham, serta SPSS Versi 27 sebagai *software* statistik yang digunakan untuk analisis data statistik. SPSS menyediakan berbagai alat untuk mengolah, menganalisis, dan menyajikan data dalam melakukan uji normalitas untuk melihat data tersebut apakah normal atau tidak agar kesimpulan yang diambil akurat dan tidak melanggar asumsi normalitas, setelah uji normalitas tersebut dilakukan dapat dilihat dari *output* yang dihasilkan.

Penelitian dilanjutkan dengan melihat hasil dari uji normalitas tersebut, ketika hasil menunjukkan data tersebut normal maka akan dilakukan dengan uji Paired sampel T-test yaitu uji statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua kelompok yang saling terkait atau berpasangan. Uji ini digunakan ketika kita mengukur dua kondisi yang berbeda pada sampel yang sama. Sedangkan ketika dalam uji normalitas memperlihatkan hasil yang tidak normal maka penelitian dilanjutkan dengan *Non parametric* yaitu metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang tidak memenuhi asumsi dasar dari uji parametrik, seperti normalitas distribusi. Uji non-parametrik tidak mengandalkan asumsi distribusi data tertentu. Uji selanjutnya yang dilakukan merupakan uji Wilcoxon Signed-Rank dengan membandingkan dua kelompok berpasangan atau dua pengukuran yang diambil dari satu kelompok yang sama, yang data aslinya tidak memenuhi asumsi normalitas.

Data kuantitatif yang telah diperoleh melalui laporan keuangan, seperti data sekunder yang dapat di akses dari Bursa Efek Indonesia dan investing.com untuk melihat data yang lebih relevan terkait informasi tanggal pengumuman dan pelaksanaan *stock split* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini. Dengan menggunakan data yang tersedia di situs tersebut, menjadikan data sampel yang akan digunakan memiliki hasil yang tervalidasi. Sampel yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk mewakili karakteristik dari populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini data yang telah dikumpulkan menggunakan metode pendekatan purposive sampling. Berdasarkan penelitian maka kriteria yang terpilih untuk sampel yang digunakan yaitu :

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian;
2. Perusahaan yang mengumumkan secara resmi untuk melakukan stock split pada rentan waktu 2020 – 2023; dan
3. Data perusahaan yang dapat di akses dari website resmi BEI, atau Investing.com.

Data berikut diperoleh dari *website* investing.com yang memberikan sumber valid terkait data yang akan digunakan dalam penelitian ini, dengan melihat perusahaan mana saja yang melakukan stock split dan data lainnya seperti harga sebelum melakukan dan setelah melakukan *stock split* untuk mengetahui apakah ada perubahan atau tidak selama periode 2020- 2023:

Tabel 1. Daftar Harga Saham Sebelum dan Sesudah Perusahaan yang melakukan Pemecahan Saham (*Stock Split*)

Kode Perusahaan	Before	After
DIGI	390	390
BELL	140,33	141
SIDO	715	782,33
FAST	1.235	1.208,33
UNILEVER	8.258,33	8.141,67

Kode Perusahaan	Before	After
AMOR	1.316,67	1.413,33
SCMA	287	299,33
DIVA	2.351,67	2.243,33
HEALTH	1.163,33	1.196,67
GOOD	334	359,33
STRG	1.135	1.123,33
ERA	527,67	504,33
EMTK	1.678	1.898,33
BYAN	10.028,33	14.800
TPIA	2.310,33	2.323,33
EKAD	284,67	294,33
JTPE	243,33	271,33
MILIA	559,33	576,67
HOMI	533,33	530
SOHO	565	593,33
ASDM	498	510,33
SKLT	419,67	368,67
EDGE	3.815	3.901,67
MAPA	702	726,67
TCID	3.037,67	3.050,33
TMAS	288,33	289,33
SMDR	452	426,67
SKRN	466	462,67
RATA - RATA	1.743,81	1.561,98

Setelah data tersebut diperoleh, dilanjutkan dengan menghitung rata – rata dari keseluruhan pada harga sebelum dilakukannya stock split dan harga setelah dilakukannya stock split pada seluruh perusahaan. Dari hasil rata – rata tersebut sudah dapat dilihat dari perbedaan nilai yang dihasilkan oleh perhitungan yang digunakan oleh excel.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Sugiyono (2019), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang kita miliki dapat dianggap mengikuti distribusi normal, yang sering kali menjadi asumsi dasar dalam banyak analisis statistik, seperti uji t, regresi linear, dan analisis varians. uji normalitas membantu dalam memastikan bahwa data memenuhi asumsi penting untuk analisis statistik yang lebih lanjut. Berikut adalah hasil uji normalitas pada perusahaan- perusahaan go public yang melakukan stock split :

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Rata-rata Harga Saham Sebelum dan Sesudah
Peristiwa Pemecahan Saham (Stock Split)

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Before Stock Split	.224	28	.001	.816	28	.000
After Stock Split	.106	28	.200*	.952	28	.216

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Hasil olah data (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) dari sebelum melakukan *stock split* sebesar 0,01, yang dimana ($< 0,05$). dan hasil setelah melakukan *stock split* memperoleh hasil 0,200 yang dimana ($> 0,05$). meskipun data setelah melakukan *stock split* terlihat normal, namun jika salah satu tidak normal maka data penelitian dianggap tidak normal. Sehingga pengujian hipotesis pada *Stock Split* berikutnya akan menggunakan *Uji Wilcoxon Signed Rank Test*. Uji Wilcoxon merupakan uji non-parametrik yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok data berpasangan. Uji ini digunakan ketika data tidak memenuhi persyaratan distribusi normal, membandingkan hasil uji pra-intervensi dan pasca-intervensi

Tabel 3. Hasil Uji Wilcoxon pada Harga Saham Sebelum dan Sesudah Perusahaan melakukan
Pemecahan Saham (Stock Split).

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Before Stock Split 2020 – 2023 After Stock Split 2020 - 2023	Negative Ranks	7 ^a	13.43	94.00
	Positive Ranks	20 ^b	14.20	284.00
	Ties	1 ^c		
	Total	28		

a. After Stock Split < Before Stock Split

b. After Stock Split > Before Stock Split

c. After Stock Split = Before Stock Split

Sumber: Hasil olah data (2025)

Berdasarkan pada hasil *Uji Wilcoxon Signed Rank Test* menunjukkan hasil bahwa dari seluruh total 28 perusahaan *Go Public* yang melakukan *stock split* pada periode 2020 – 2023, terhadap berbagai macam perbedaan hasil. Dalam data tersebut ada 7 perusahaan yang menunjukkan penurunan harga saham (*Negative Rank*) dengan nilai rata – rata penurunan sebesar 13.43, terdapat 20 perusahaan yang mengalami peningkatan terhadap harga saham (*Positive Rank*) dengan rata – rata peningkatan sebesar 14.20, serta terdapat 1 perusahaan yang menunjukkan hasil yang seimbang (*Ties*) yang berartikan perusahaan tersebut tidak mengalami perubahan dari sebelum ataupun sesudah dilakukannya *stock split*. Dalam hasil tersebut, dapat terlihat bahwa hasil dari dilakukannya *stock split* memberikan hasil lebih banyak perusahaan mengalami peningkatan harga saham dibandingkan dengan penurunan harga saham. Dapat dilihat pada hasil *mean rank* memberikan hasil lebih besar pada *positive rank* dibandingkan dengan *negative rank*. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan rata – rata menunjukkan kenaikan harga saham pada perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan besarnya penurunan harga saham. Untuk memastikan apakah perubahan ini signifikan secara statistik, maka dengan itu langkah selanjutnya yaitu diperlukan memeriksa nilai *p*-

Value dari hasil *Wilcoxon Test Statistic* sebagai prosedur untuk menentukan apakah suatu hipotesis benar atau salah.

Tabel 4. Uji Statistik pada hasil Harga Saham Sebelum dan Sesudah Perusahaan melakukan Pemecahan Saham (*Stock Split*)
Test Statistics^a

	Before After Pada 2023	Stock Split Periode 2020 - 2023	Split Split 2020 - 2023
Z			-2.282 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)			.022

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Sumber: Hasil olah data (2025)

Hasil *Uji Wilcoxon Signed Rank Test* pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan baik pada harga saham sebelum dan sesudah *stock split* pada periode 2020 – 2023. Berdasarkan pada hasil uji statistik tersebut menunjukkan signifikansi 0,022, yang lebih kecil daripada 0,05 ($0,022 < 0,05$). Sehingga terdapat perbedaan yang signifikan rata-rata harga saham relatif sebelum dan sesudah *stock split*. Hasil dari penelitian uji Wilcoxon Signed Rank menunjukkan bahwa ada sebagian perusahaan pada periode tahun 2020- 2023 mengalami penurunan harga saham, namun ada juga perusahaan yang mengalami peningkatan namun tidak signifikan. Pada 28 perusahaan yang menjadi sampel, sebanyak 7 perusahaan mengalami penurunan dengan *men rank* 13.43, sedangkan 20 perusahaan lainnya mengalami peningkatan dengan *mean rank* sebesar 14.20 dan 1 perusahaan mengalami *ties*. Dimana *rank* positif menunjukkan bahwa sebagian besar observasi menunjukkan peningkatan nilai setelah *stock split*, yang mengindikasikan potensi pengaruh positif terhadap kinerja harga saham setelah tindakan tersebut dilakukan. Sementara itu, *rank* negatif mencerminkan observasi yang mengalami penurunan setelah *stock split*, meskipun jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan *rank* positif.

Adanya *ties*, yaitu nilai yang tidak mengalami perubahan antara dua periode, menunjukkan bahwa tidak semua saham terpengaruh oleh *stock split* dalam hal pergerakan harga. Namun, jika dilihat dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa hasil yang signifikan. Berdasarkan nilai signifikansi dua arah (*2-tailed*) sebesar 0,022, yang berarti nilai p yang diperoleh lebih kecil dari tingkat signifikansi yang umumnya digunakan, yaitu 0,05. Hal ini dapat menjadikan dampak positif bagi beberapa perusahaan, meskipun itu tidak signifikan. Secara keseluruhan, temuan ini memberikan bukti empiris yang mendukung hipotesis bahwa *stock split* memiliki dampak positif terhadap harga saham perusahaan, yang bisa menjadi pertimbangan strategis bagi manajer dan investor dalam pengambilan keputusan terkait *corporate actions*. Hal tersebut karena adanya beberapa faktor yang membuat investor tidak memberikan respon positif pada perusahaan yang telah melakukan *stock split* tersebut, dimana pada periode tersebut terjadi penurunan perputaran ekonomi yang membuat para investor mempertimbangkan lebih dalam terkait saham yang akan dipilih sebagai instrumen investasinya, pada periode tersebut investor lebih tertarik dengan investasi pada sektor kesehatan.

Dalam penelitian ini menemukan bahwa meskipun banyak perusahaan melakukan *stock split* sebagai strategi untuk meningkatkan likuiditas saham dan respon positif dari investor namun hasil

terhadap tindakan ini cenderung tidak signifikan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengumuman *stock split* tidak selalu diikuti dengan lonjakan harga saham atau reaksi pasar yang positif. Hal ini bertentangan dengan pandangan umum sebelumnya yang menyatakan bahwa *stock split* dapat menciptakan efek psikologis positif dengan membuat harga saham lebih terjangkau dan menarik bagi investor ritel. Sebaliknya, dalam periode ini, banyak investor yang tampaknya tidak merespons secara signifikan terhadap pengumuman tersebut, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, seperti kondisi ekonomi global atau sentimen pasar yang lebih luas, mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan investasi mereka. Salah satu penelitian yang relevan dengan temuan ini adalah, meskipun secara historis *stock split* sering dikaitkan dengan peningkatan harga saham, dalam periode 2020-2023, banyak investor tidak melihat *stock split* sebagai sinyal positif yang dapat mempengaruhi kinerja saham jangka panjang (Smith, 2022).

Selain itu, investor lebih fokus pada fundamental perusahaan dan prospek masa depan ketimbang hanya mengikuti pengumuman *stock split*, yang lebih sering dianggap sebagai langkah kosmetik tanpa dampak yang berarti terhadap nilai saham (Johnson, 2023). Temuan ini menunjukkan bahwa pasar telah berkembang, dan investor semakin memperhatikan serta mempertimbangkan faktor-faktor yang lebih substansial daripada sekedar tindakan pembagian saham untuk menilai potensi suatu perusahaan. Penelitian mengenai *stock split* menunjukkan hasil yang beragam terkait kinerja saham perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Artini dan Sedana (2020) menemukan bahwa *stock split* berdampak signifikan terhadap harga saham, namun tidak mempengaruhi aktivitas volume perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia. Selanjutnya, Aulia (2022) mengidentifikasi adanya perbedaan signifikan dalam *trading volume activity* sebelum dan sesudah *stock split*, meskipun tidak ditemukan perbedaan signifikan pada *abnormal return* dan volatilitas harga saham. Penelitian lain oleh Zuhri dan Novitasari (2023) menunjukkan bahwa *stock split* tidak berpengaruh pada *abnormal return*.

Namun berpengaruh negatif pada volume perdagangan saham dan berpengaruh positif pada harga saham, temuan mengindikasikan bahwa dampak *stock split* terhadap kinerja saham dapat berbeda-beda tergantung pada kondisi perusahaan dan periode waktu yang diteliti. Sementara itu, dalam penelitian ini mengungkapkan adanya peningkatan pada beberapa sektor saham yang sudah mulai berkembang pada tahun berikutnya setelah dilakukan *stock split*, hasil penelitian sejalan dengan penelitian Zuhri dan Novitasari (2023), yang menunjukkan tidak adanya *abnormal return* dan dalam penelitian ini menyatakan bahwa adanya pengaruh positif pada perusahaan dengan sektor – sektor tertentu, sektor secara signifikan yaitu pada sektor kesehatan. Hal tersebut dinyatakan karena pada penelitian ini periode yang dianalisis pada saat terjadinya pandemi, yang dimana sektor kesehatan menjadi perhatian penting bagi seluruh masyarakat.

5 SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa peristiwa *stock split* memberikan dampak signifikan terhadap harga saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2023. Analisis komparatif menunjukkan adanya kenaikan harga saham yang lebih dominan, menandakan respons pasar yang lebih positif terhadap *stock split* di industri tertentu. Selain itu, volatilitas harga saham cenderung menurun setelah pelaksanaan *stock split*, terutama pada perusahaan dengan kapitalisasi pasar besar. Temuan lain menunjukkan bahwa likuiditas saham meningkat secara signifikan pasca-*stock split*. Hal ini mengindikasikan bahwa *stock split* tidak hanya mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai saham tetapi juga meningkatkan aktivitas perdagangan. Secara keseluruhan, hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa *stock split* berfungsi sebagai sinyal positif bagi pasar dan dapat meningkatkan daya tarik investasi dalam jangka pendek hingga menengah.

Namun demikian, efek tersebut bervariasi antar sektor industri dan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro dan sentimen pasar global.

Penelitian ini juga memberikan wawasan berharga mengenai dampak *stock split* di Bursa Efek Indonesia, batasan-batasan tertentu harus diperhatikan, seperti keterbatasan data pada periode tertentu dan variabilitas respon pasar terhadap *stock split*. Penelitian di masa depan harus fokus pada analisis jangka panjang pasca *stock split* dan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja saham, yang berpotensi meningkatkan pemahaman kita tentang efektivitas *stock split* dan memberikan informasi bagi kebijakan perusahaan serta strategi investasi. Penggunaan *stock split* dalam penelitian lanjutan diharapkan dapat dikembangkan dengan membandingkan perusahaan tidak hanya domestik, tetapi juga mencakup berbagai negara dengan pasar saham yang berbeda, seperti pasar berkembang dan pasar maju. Dengan demikian, penelitian dapat memperlihatkan bagaimana peraturan, kondisi ekonomi, dan karakteristik pasar mempengaruhi hasil dari *stock split*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, N. (2022). Analisis Pengaruh Stock Split terhadap Trading Volume Activity, Abnormal Return, dan Volatilitas Harga Saham di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 10(2), 112-125.
- Baker, H. K., & Powell, G. E. (2000). *Understanding financial markets and institutions*. Financial Times Prentice Hall.
- Bash, A. (2020). The impact of the COVID-19 pandemic on global financial markets. *Journal of Economic Perspectives*, 34(2), 45-60.
- Byun, S. S., & Rozeff, M. S. (2003). The long-run performance of stock splits: Evidence from the 1980s and 1990s. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 38(3), 547-574.
- Damayanti, S. M., Atmadja, A. T., & Darmawan, N. A. S. (2014). Pengaruh Stock Split terhadap Abnormal Return dan Likuiditas Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 6(1), 1-15.
- Fauziah, S., Haris, M., & Kurniawan, T. (2021). Economic recovery and its effect on the Indonesian capital market during the pandemic. *International Journal of Business and Finance*, 12(3), 78-92.
- Firdaus, A., & Pangestuti, I. R. D. (2023). Pengaruh Stock Split terhadap Harga Saham dan Aktivitas Volume Perdagangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 33-44.
- Firmansyah, R., & Santoso, A. (2023). Millennial participation in the capital market: Insights from Indonesia. *Journal of Financial Inclusion Studies*, 9(2), 88-102.
- Grinblatt, M., & Moskowitz, T. J. (2004). Does financial expertise enhance investment returns? *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 39(3), 519-547.
- Hadi, S., & Prasetyo, W. (2022). Policy innovation in the Indonesian stock market: Implementation of e-IPO and investor protection. *Journal of Economic Policy Research*, 11(3), 56-70.
- Hidayati, N., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2022). Pengaruh Stock Split terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 45-56.
- Ikenberry, D. L., & Ramnath, S. (2002). Stock splits and stock dividends: What do we know? *Financial Management*, 31(2), 47-60.
- Jayanti, V. A. P., & Pinem, D. (2024). Stock Transformation: Understanding the Impact of Stock Split on Company Performance in Indonesia Stock Exchange through Before and After Comparative Analysis. *Journal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 4(2), 123-135.
- Johnson, M. (2023). *Investor perception of stock splits in the post-pandemic market*. *Journal of Financial Analysis*, 45(2), 134-150.

- Kurniawan, F., & Santosa, B. (2021). "Dampak Stock Split Terhadap Likuiditas dan Partisipasi Investor di Indonesia". *Jurnal Keuangan dan Bisnis Indonesia*, 14(2), 90-105.
- Lakonishok, J., & Lev, B. (1987). Stock splits and stock dividends: Why, when, and with what effect? *Journal of Finance*, 42(4), 913-934.
- Lindananty, P., & Soedarman, T. (2021). Dampak Stock Split terhadap Abnormal Return dan Trading Volume Activity selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(1), 45-57.
- Maulana, A., & Yuliana, R. (2022). Dampak Stock Split terhadap Likuiditas Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 78-89.
- McNichols, M., & Dravid, A. (1999). Stock splits, stockholder wealth, and the information content of announcements. *Journal of Corporate Finance*, 5(3), 329-357.
- Prasetyo, I., & Setyawan, M. (2022). "Stock Split dan Pengaruhnya Terhadap Harga Saham serta Volume Perdagangan". *Jurnal Pasar Modal*, 10(1), 45-60.
- Puspita, D. A., & Yuliari, G. (2019). Pengaruh Stock Split terhadap Risiko Sistematis dan Likuiditas Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4190-4218.
- Putri, M., Nugroho, S., & Anggraeni, F. (2023). Foreign investment trends in Indonesia's bond market. *Global Finance Journal*, 18(2), 105-119.
- Rohim, A. (2021). Analisis Pengaruh Stock Split terhadap Harga Saham, Volume Perdagangan, dan Likuiditas Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 6(1), 1-10.
- Sesa, A. B., Sari, M. M. R., & Rahmawati, R. (2022). Analisis Pengaruh Stock Split terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(2), 210-220.
- Sharpe, W. F. (2007). *Investments* (6th ed.). Prentice Hall.
- Smith, R. (2022). *Stock split and investor reactions: Evidence from 2020 to 2023*. *International Review of Financial Studies*, 38(1), 87-102.
- Trisanti, T. (2020). Pengaruh Stock Split terhadap Variabilitas Return Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 21(2), 123-134.
- Wahyudi, D., & Susanto, B. (2022). Growth of retail investors in the Indonesian stock market: A demographic perspective. *Indonesia Capital Market Review*, 14(1), 23-37.
- Wijaya, D., & Raharjo, E. (2023). "Pengaruh Stock Split terhadap Persepsi Pasar dan Kinerja Saham di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Investasi*, 17(3), 150-165.
- Wulff, A. L. (2015). Stock splits and investor perception: A study on the impact of stock splits on stock prices and liquidity. *International Journal of Business, Management, and Economics*, 3(1), 89-104.
- Yuniartini, N. K. W., & Sedana, I. B. P. (2020). Dampak Stock Split terhadap Harga Saham dan Aktivitas Volume Perdagangan Saham. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2514-2533.
- Yuniartini, N. L. P., & Sedana, I. B. P. (2020). Pengaruh Stock Split terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 17(3), 98-110.
- Yusuf, R. (2022). The rise of technology stocks during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *Asian Journal of Financial Research*, 15(4), 134-150.
- Zuhri, M. F., & Novitasari, D. (2023). Stock Split dan Dampaknya terhadap Pergerakan Saham: Studi Empiris di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Investasi dan Pasar Modal*, 5(1), 27-39.

**Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Fee Audit* terhadap *Audit Report Lag*
(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor *Consumer Cyclical*s yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2019-2023)**

Anike Putri, Elok Faiqoh Himmah, Alya Putri Pringgakusumah
Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: anikeputri@unibi.ac.id

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
14 April 2025	23 April 2025	24 April 2025

Abstrak

Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan dengan tepat waktu. Fenomena yang terjadi sampai saat ini adalah meningkatnya perusahaan yang terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *good corporate governance* dan *fee audit* terhadap *audit report lag*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *consumer cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder bersumber dari laporan tahunan perusahaan. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil uji statistik, disimpulkan bahwa *good corporate governance* dan *fee audit* secara parsial berpengaruh terhadap *audit report lag* pada perusahaan sektor *consumer cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Kata Kunci: *Good Corporate Governance, Fee Audit, Audit Report Lag, Consumer Cyclical*s, BEI.

Abstract

*Companies listed on the Indonesia Stock Exchange have an obligation to submit financial reports in a timely manner. The phenomenon that has occurred to date is the increase in companies that are late in submitting financial reports. This study aims to determine the effect of good corporate governance and audit fees on audit report lag. This research was conducted at consumer cyclical*s sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2023 period. The research method used in this research is quantitative descriptive method. The study uses secondary data obtained from the companies' annual reports. The data analysis model used is multiple regression analysis. Based on the results of statistical tests, it is concluded that good corporate governance and audit fees have a partial effect on audit report lag in consumer cyclicals sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2023 period.

Keywords: *Good Corporate Governance, Fee Audit, Audit Report Lag, Consumer Cyclical*s, BEI.

1 PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban perusahaan yang menggambarkan pencapaian dari seluruh kinerja dan dapat menjadi prediksi di masa yang akan

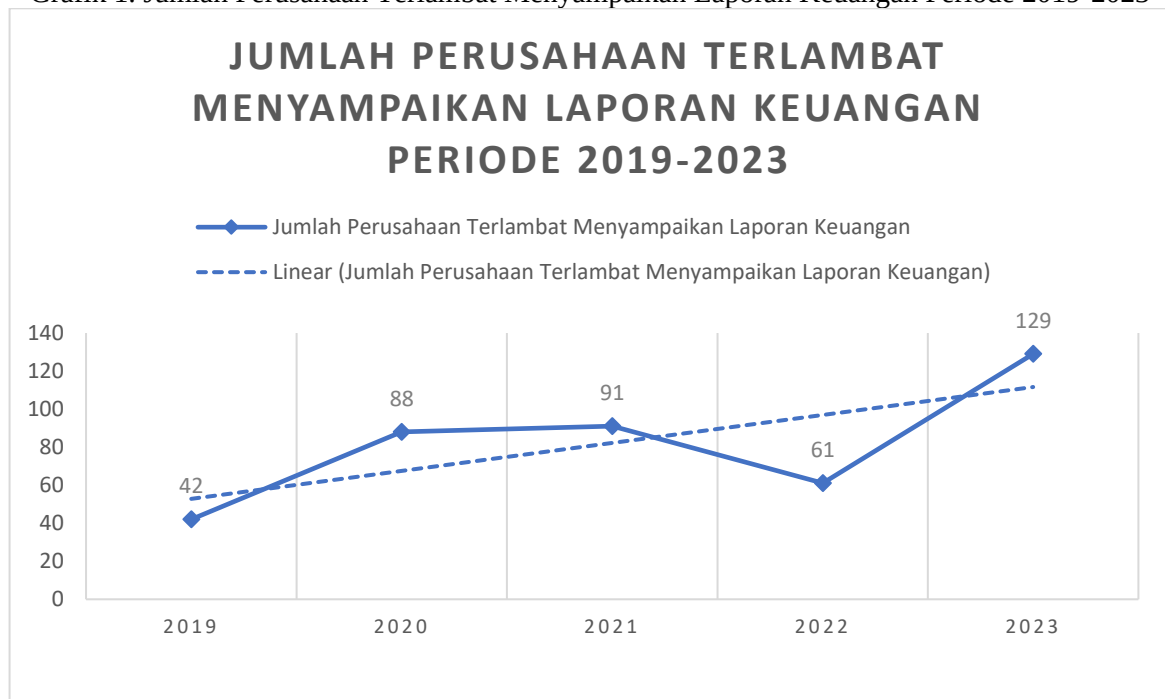
datang suatu perusahaan (Astuti & Nelvirita, 2024). Pengungkapan laporan keuangan merupakan proses penyampaian informasi yang transparan dan wajib dilakukan perusahaan sebagai tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan (Putra, 2023). Penyampaian laporan keuangan bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai kondisi dan kinerja perusahaan kepada pengguna laporan keuangan sehingga bermanfaat untuk membuat pengambilan keputusan (Erawati & Kondo, 2021).

Laporan keuangan yang diungkapkan harus melewati proses audit oleh auditor independen untuk mendapatkan kewajaran atas pengungkapannya, sehingga laporan keuangan dapat dipercaya oleh pemangku kepentingan pengguna laporan keuangan (Tarigan & Sulhani, 2017). Salah satu permasalahan perusahaan dalam penyampaian laporan keuangan kepada pengguna laporan keuangan yaitu ketepatan waktu auditor dalam menyelesaikan laporan auditnya (Shaena, 2020). Pemeriksaan laporan keuangan yang dilakukan auditor harus memenuhi standar audit sehingga berdampak terhadap lamanya penyelesaian laporan audit namun ini juga dapat berdampak pada peningkatan kualitas auditnya (Atmojo & Darsono, 2017). Laporan keuangan audit yang telah diperiksa oleh auditor independen akan memberikan jaminan atas keandalan informasi yang ada pada laporan keuangan (Ardianingsih, 2021).

Rentang waktu pada proses pemeriksaan laporan keuangan yang dilakukan auditor terdapat selisih waktu (Larisa, 2022). Rentang waktu antara tutup buku sampai dengan tanggal diterbitkannya laporan keuangan audit ini disebut *audit report lag* (Rudianti, Permatasari, & Yuliana, 2022). Rentang waktu yang dibutuhkan selama proses pemeriksaan laporan keuangan ini mengakibatkan adanya penundaan penyampaian laporan keuangan kepada publik (Ariningtyastuti & Rohman, 2021).

Bursa Efek Indonesia (BEI) selaku lembaga pasar modal tentunya bertanggung jawab untuk menganalisis dan menindaklanjuti perusahaan yang mengalami keterlambatan dalam penyampaian laporan keuangan audit. Adanya pengumuman terkait status penyampaian laporan keuangan audit yang dilakukan secara berkala dan ditindaklanjuti oleh BEI akan sangat bermanfaat terhadap publik. Berdasarkan data dari BEI, berikut jumlah perusahaan yang terlambat dalam menyampaikan laporan keuangan audit periode 2019-2023.

Grafik 1. Jumlah Perusahaan Terlambat Menyampaikan Laporan Keuangan Periode 2019-2023



Sumber: diolah Peneliti (2025).

Berdasarkan grafik 1.1 jumlah perusahaan yang mengalami keterlambatan penyampaian laporan keuangan auditan periode 2019-2023 fluktuatif namun cenderung meningkat. Pada tahun 2019-2021 perusahaan yang terlambat menyampaikan laporan keuangan auditan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berbeda dengan tahun 2022 perusahaan yang terlambat menyampaikan laporan keuangan auditan mengalami penurunan. Hanya saja pada tahun 2023 perusahaan yang terlambat menyampaikan laporan keuangan mengalami peningkatan kembali yang signifikan dengan kenaikan sebesar 52,7% dari tahun sebelumnya yang sempat mengalami penurunan.

Bursa Efek Indonesia (BEI) melayangkan surat peringatan tertulis I kepada emiten yang terlambat menyampaikan laporan keuangan dalam batas waktu satu bulan. Surat peringatan tertulis II dan denda sebesar Rp. 50.000.000,00 kepada emiten yang terlambat menyampaikan laporan keuangan dalam 31 hari sampai 60 hari. Surat peringatan tertulis III dan denda sebesar Rp. 150.000.000,00 kepada emiten yang belum menyampaikan laporan keuangan dalam waktu 61 hari sampai 90 hari. Suspensi kepada emiten apabila emiten tetap tidak memenuhi kewajiban penyampaian laporan keuangan sejak hari ke-91 hingga batas waktu penyampaian laporan keuangan. Berdasarkan pernyataan di atas bahwa terdapat sanksi yang akan diberikan jika melakukan keterlambatan dalam penyampaian laporan keuangan auditan yaitu surat peringatan tertulis I, surat peringatan tertulis II, surat peringatan tertulis III, dan suspensi.

Tabel 1. Daftar Perusahaan Per Sektor yang Terkena Sanksi Keterlambatan Pelaporan Keuangan Auditan Periode 2019-2023

No.	Sektor	Tahun					Total
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	<i>Consumer Cyclical</i>	9	21	20	12	28	90
2	<i>Property and Real Estate</i>	8	15	16	12	20	71
3	<i>Energy</i>	6	14	13	7	15	55
4	<i>Consumer Non-Cyclical</i>	4	8	8	6	13	39
5	<i>Industrials</i>	6	7	10	6	8	37
6	<i>Basic Materials</i>	1	5	4	8	16	34
7	<i>Infrastructure</i>	3	6	6	2	8	25
8	<i>Financial</i>	2	4	6	3	5	20
9	<i>Technology</i>	1	4	4	4	7	20
10	<i>Transportation and Logistic</i>	1	3	2	1	5	12
11	<i>Healthcare</i>	1	1	2	0	4	8
Total		42	88	91	61	129	411

Sumber: diolah Peneliti (2025).

Berdasarkan tabel 1.1 perusahaan yang mendapatkan sanksi akibat belum menyampaikan laporan keuangan auditan per 31 Desember 2023 sebanyak 129 perusahaan dari total 907 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hanya saja fenomena ini sudah terjadi pada 5 tahun terakhir (2019-2023) yakni dari 11 sektor yang mengalami keterlambatan penyampaian laporan keuangan auditan, sektor *consumer cyclical* menempati posisi tertinggi dari sektor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sektor *consumer cyclical* memiliki 90 kasus dari total 411 perusahaan berbagai sektor. Adapun total perusahaan yang terdaftar sampai dengan 31 Desember 2023 dari sektor *consumer cyclical* sebanyak 151 perusahaan.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi *audit report lag* yaitu *good corporate governance*. *Good corporate governance* (GCG) menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) merupakan peraturan yang mengatur hubungan antara investor, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, dan para pemegang kepentingan lainnya yang berhubungan mengenai hak dan kewajiban dengan yang mengendalikan perusahaan. GCG dengan prinsip-prinsipnya yaitu *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness* dapat

memberikan hubungan yang baik antara perusahaan dengan pemangku kepentingan perkara pengungkapan laporan keuangan perusahaan (Hamdan, 2023). Adanya tata kelola perusahaan yang baik dapat mengurangi risiko yang berkaitan dengan penyampaian laporan keuangan yang telah diaudit, dikarenakan dapat mengurangi waktu pengujian auditor dalam melakukan audit laporan keuangan, sehingga perusahaan dapat tepat waktu mengenai penyampaian laporan keuangan (Wirotomo & Achmad, 2018).

Faktor lain yang diduga dapat memengaruhi *audit report lag* yaitu *fee audit*. *Fee audit* merupakan imbalan yang diterima oleh akuntan publik setelah melaksanakan tugas audit. Penetapan *fee audit* yang dibayarkan perusahaan kepada auditor eksternal berbeda-beda, karena harus mempertimbangkan risiko penugasan, kompleksitas jasa yang diberikan, dan tingkat keahlian yang diperlukan (Mulyadi, 2002). Perusahaan akan bersedia memberikan imbalan yang lebih besar demi menyelesaikan audit yang lebih singkat (Habib, Bhuiyan, Huang, & Miah, 2019).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *good corporate governance* (GCG) dan *fee audit* terhadap *audit report lag* pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Audit Report Lag*

Menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI) merupakan peraturan yang mengatur hubungan antara investor, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, dan para pemegang kepentingan lainnya yang berhubungan dengan hak dan kewajiban dengan yang mengendalikan perusahaan. Adanya tata kelola perusahaan yang baik dapat mengurangi risiko yang berkaitan dengan pemangku kepentingan yang kemudian dapat mengurangi waktu pengujian auditor dalam melakukan audit laporan keuangan sehingga perusahaan dapat tepat waktu mengenai penyampaian laporan keuangan (Wirotomo & Achmad, 2018). Hal ini sejalan dengan teori kepatuhan.

GCG merupakan salah satu pilar dari sistem ekonomi pasar yang berkaitan erat dengan kepercayaan baik terhadap perusahaan yang melaksanakannya maupun terhadap iklim usaha di suatu negara. Penerapan ini mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif. Oleh karena itu, diterapkannya GCG oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia sangat penting untuk menunjang pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkesinambungan (KNKG, 2006).

Penelitian mengenai pengaruh *good corporate governance* terhadap *audit report lag* yang dilakukan oleh Fadhillah & Lastanti (2024) menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap *audit report lag*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wirotomo & Achmad (2018). Hanya saja hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan penelitian Lo, Lie, Valencia, dan Meiden (2023) yang menyatakan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap *audit report lag*.

H1: *Good corporate governance* (GCG) memiliki pengaruh terhadap *audit report lag*.

2.2 Pengaruh *Fee Audit* terhadap *Audit Report Lag*

Fee audit merupakan pendapatan yang diterima Auditor atas penugasan yang telah dilaksanakan (Nursiam, 2019). Perusahaan akan bersedia memberikan imbalan yang lebih besar demi menyelesaikan audit yang lebih singkat (Habib, Bhuiyan, Huang, & Miah, 2019). Sejalan dengan teori kepatuhan, *fee audit* menjadi indikator dalam ketentuan peluang terjadinya *audit report lag*. Besar kecilnya *fee audit* akan memengaruhi kepatuhan perusahaan dalam ketepatan waktu penyampaian laporan audit. Kesepakatan *fee audit* antara Auditor dengan perusahaan diharapkan

dapat menyelesaikan laporan auditnya tepat waktu tanpa mengurangi kualitas laporannya (Lestari & Latrini, 2018; Purba, Sinaga, & Gultom, 2022).

Penelitian yang dilakukan Sofiana, Suwarno & Hariyono (2018), menyatakan bahwa *fee audit* berpengaruh negatif terhadap *audit report lag*. Penelitian Lestarinigrum (2020), menyatakan juga bahwa *fee audit* berpengaruh negatif terhadap *audit report lag*. Kemudian penelitian Foster, Julianto & Setiawan (2021), menyatakan hal yang berbeda bahwa *fee audit* tidak berpengaruh terhadap *audit report lag*.

H2: *Fee audit* memiliki pengaruh terhadap *audit report lag*.

3 METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian sebagai variabel independen adalah *good corporate governance* dan *fee audit*, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah *audit report lag*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 151 perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 dengan 755 laporan tahunan. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang telah peneliti tentukan. Oleh karena itu, peneliti menetapkan pertimbangan atau kriteria yang harus dipenuhi sampel, yaitu:

1. Perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
2. Perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang berturut-turut menerbitkan laporan tahunan dan memberikan informasi lengkap dari variabel penelitian pada tahun 2019-2023.

Tabel 2. Kriteria Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.	755
2	Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> yang berturut-turut menerbitkan laporan tahunan dan memberikan informasi lengkap dari variabel penelitian pada tahun 2019-2023.	(480)
Total laporan tahunan perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> yang akan menjadi sampel penelitian		275
Data outlier		(175)
Total sampel setelah outlier		100

Sumber: diolah Peneliti (2025).

Jadi sampel pada penelitian ini berjumlah 100 laporan tahunan perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder bersumber dari laporan tahunan perusahaan. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Tabel 3. Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Pengukuran	Skala
<i>Audit Report Lag</i> (Y)	Ketepatan waktu pelaporan informasi yang menunjukkan bahwa informasi yang disiapkan kepada pengguna untuk mengambil suatu keputusan.	ARL = Tanggal laporan audit – Tanggal laporan tutup buku	Rasio

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Pengukuran	Skala
<i>Good Corporate Governance</i> (X1)	Tata kelola perusahaan adalah suatu sistem yang dirancang untuk mengarahkan pengelolaan perusahaan secara profesional berdasarkan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independen, serta kesetaraan dan kewajaran.	IPCG = Total skor item yang diungkapkan oleh perusahaan / Skor maksimum yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan x 100%	Rasio
<i>Fee Audit</i> (X2)	Pendapatan yang diterima oleh Auditor atas jasa yang telah diberikan.	<i>Fee Audit</i> = Ln (<i>Professional Fees</i>)	Rasio

Sumber: diolah Peneliti (2025).

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap *Audit Report Lag*

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel *good corporate governance* berpengaruh negatif terhadap *audit report lag* pada perusahaan sektor *consumer cyclical*s yang terdaftar di BEI periode 2019-2023. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi variabel independen sebesar -1,044 menyatakan bahwa setiap kenaikan *good corporate governance* sebesar 1 satuan, maka *audit report lag* akan menurun sebesar 1,044 hari. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,136, artinya 13,6% *audit report lag* (Y) dipengaruhi oleh *good corporate governance*, sedangkan 86,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dihitung dalam pengujian hipotesis ini. Nilai t hitung sebesar -3,894 sementara t tabel sebesar 1,985 dan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa *good corporate governance* (X1) secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *audit report lag* (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setianingsih & Kristianti (2022) yang meneliti sektor pariwisata, hotel dan restoran, menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap *audit report lag*. Wirotomo & Achmad (2018) yang meneliti perusahaan yang masuk dalam peneringkatan penerapan *good corporate governance* menunjukkan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap *audit report lag*. Kurniawan & Gunawan (2022) yang meneliti sektor *basic industry and chemical* menyatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap *audit report lag*. Adapun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Fadhillah & Lastanti (2024) dan penelitian Lo, Lie, Valencia & Meiden (2023) menyatakan bahwa *good corporate governance* tidak berpengaruh terhadap *audit report lag*.

Penelitian Wirotomo & Achmad (2018) yang meneliti *good corporate governance* terhadap *audit report lag* yang hasilnya berpengaruh karena perusahaan sebagai agen telah menjalankan proses tata kelola perusahaan sehingga auditor sebagai principal dapat mengaudit laporan keuangan agar perusahaan bisa melaporkan laporan keuangannya secara tepat waktu. Adapun dalam penelitian ini tata kelola perusahaan berpengaruh terhadap *audit report lag* karena dengan perusahaan telah memenuhi persentase efektivitas tata kelola perusahaan namun penundaan terhadap penyampaian laporan auditannya rendah. Hal tersebut sejalan dengan pedoman umum *good corporate governance* Indonesia yang menyatakan bahwa penerapan tata kelola perusahaan dengan baik yang dilaksanakan oleh perusahaan mampu meminimalisir risiko yang ada. Salah satunya yaitu risiko keterlambatan penyampaian laporan keuangan.

4.2 Pengaruh *Fee Audit* terhadap *Audit Report Lag*

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel *fee audit* berpengaruh terhadap *audit report lag* pada perusahaan sektor *consumer cyclical*s yang terdaftar di

BEI periode 2019-2023. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi variabel independen sebesar -0,811 menyatakan bahwa setiap kenaikan *fee audit* sebesar 1 satuan, maka *audit report lag* akan menurun sebesar 0,811. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,173, artinya 17,3% *audit report lag* (Y) dipengaruhi oleh *fee audit*, sedangkan 82,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dihitung dalam pengujian hipotesis ini. Nilai t hitung sebesar -4,286 sementara t tabel sebesar 1,988 dan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa *fee audit* (X2) secara signifikan berpengaruh negatif terhadap *audit report lag* (Y).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sofiana, Suwarno, dan Hariyono (2018) yang meneliti perusahaan sektor manufaktur, menunjukkan bahwa *fee audit* berpengaruh negatif terhadap *audit report lag*. Damayanti (2022) meneliti perusahaan energi menyatakan bahwa *fee audit* berpengaruh terhadap *audit report lag*. Adapun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Lestari & Latrini (2018) dan Foster, Julianto, dan Setiawan (2021) yang menyatakan bahwa *fee audit* tidak berpengaruh terhadap *audit report lag*.

Teori kepatuhan dapat mendorong perusahaan untuk lebih mematuhi peraturan yang berlaku, sama halnya dengan perusahaan yang berusaha untuk menyampaikan laporan keuangan secara tepat waktu, bukan hanya karena kewajiban, tetapi dengan disampaikan tepat waktu akan sangat bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan. Besaran *fee audit* dipengaruhi oleh risiko penugasan, kompleksitas jasa yang diberikan, dan tingkat keahlian yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penugasan. Semakin tinggi *fee audit* yang diterima oleh Auditor, maka akan memotivasi Auditor dalam menyelesaikan laporan auditnya dengan tepat waktu tanpa mengabaikan kualitas dari laporan auditnya.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji statistik dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh *good corporate governance* dan *fee audit* terhadap *audit report lag* yang dilakukan pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023, peneliti mengambil kesimpulan bahwa *good corporate governance* dan *fee audit* secara parsial berpengaruh terhadap *audit report lag* pada perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

Saran bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini, diharapkan dapat menguji variabel-variabel lain yang berhubungan dengan *audit report lag*. Berdasarkan hasil analisis, hasil pengujian secara parsial yaitu oleh variabel *good corporate governance* terbilang rendah yaitu sebesar 13,6% atau lebih besar kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti (epsilon), begitu pun hasil pengujian secara parsial oleh variabel *fee audit* sebesar 17,3%, oleh karena itu agar dapat menambahkan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Selain itu untuk peneliti selanjutnya diharapkan juga dapat memperluas populasi dan memperbanyak sampel atau dapat meneliti di sektor lain agar terlihat perbandingan hasil penelitian selanjutnya dengan penelitian-penelitian terdahulu atau sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianingsih, A. (2021). *Audit Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ariningtyastuti, S., & Rohman, A. (2021). Pengaruh Efektivitas Komite Audit, Kondisi Keuangan, Kompleksitas Operasi, Profitabilitas, dan Karakteristik Auditor Eksternal Terhadap Audit Report Lag (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2017-2019). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1-15.
- Astuti, E. S., & Nelvirita. (2024). Pengaruh Kompetensi Komite Audit, Gender dan Laba Rugi Terhadap Audit Report Lag: Studi Empiris pada Perusahaan yang Terlambat Menyampaikan Laporan Keuangan Audit ke Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 103-116.

- Atmojo, D. T., & Darsono. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Audit Report Lag (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1-15.
- Erawati, T., & Kondo, M. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Dengan Reputasi KAP Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 114-128.
- Fadhilah, A. F., & Lastanti, H. S. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan, Kompleksitas Operasi, dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Sektor Pertambangan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 60-74.
- Foster, K., Julianto, W., & Setiawan, A. (2021). Pengaruh Ukuran KAP, Audit Tenure dan Audit Fee terhadap Audit Delay. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*.
- Habib, A., Bhuiyan, M. B., Huang, H. J., & Miah, M. S. (2019). Determinants of audit report lag: A meta-analysis. *International Journal of Auditing*, 23(1), 20–44.
- Hamdan, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Audit Report Lag Pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical Yang Terdaftar Di BEI.
- KNKG. (2006). *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Governance.
- Larisa, E., & Salim, S. (2021). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Audit Report Lag Tahun 2019-2020. *Jurnal Ekonomi*, 83-102.
- Lestari, F.A.P. (2022). Pengaruh Laporan Keuangan Dan Laporan Auditor Independen Terhadap Pengambilan Keputusan Manajemen. *Sosio e-Kons*, 14 (1), 54-63.
- Lestari, N. A., & Latrini, M. Y. (2018). Pengaruh Fee Audit, Ukuran Perusahaan Klien, Ukuran Kap, dan Opini Auditor Pada Audit Delay. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Lestarinigrum, K. P., Suputra, I. G., Suryanawa, I., & Yadnyana, I. K. (2020). The Effect of Auditor Switching, Audit Fee, and Auditor's Opinion on Audit Delay. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(1), 149–156.
- Lo, A., Lie, K., Valencia, S., & Meiden, C. (2023). Corporate Governance Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Manufaktur Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19 Studi Meta Analisis. *Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, 200-208.
- Nursiam, A. (2019). Pengaruh Fee Audit, Audit Tenure, Rotasi Audit Dan Reputasi Auditor Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 1(1), 50. <https://doi.org/10.32493/ekop.v1i1.3668>.
- Purba, L. C., Sinaga, Y. M., & Gultom, S. A. (2022). Pengaruh Fee Audit, Ukuran Perusahaan (Firm Size) dan Ukuran Kantor Akuntan Publik terhadap Audit Delay. *JAKP: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan*, 11.
- Putra, N. P., Suhartini, D., & Dimayantisukiswo, W. H. (2023). Analisis Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia Tahun 2018-201. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 131-141.
- Rudianti, W., Permatasari, K. D., & Yuliana, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Media dan Komunikasi Bisnis*, 14-29.
- Setianingsih, A., & Kristianti, I. (2022). Pengaruh Manajemen Laba dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Audit Delay. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 1621-1632.
- Shaena, U., Yusuf, M., & Hidayah, R. (2020). Faktor-faktor yang Dapat Mempengaruhi Audit Delay. *Jurnal Neraca Volume 16 Nomor 1*, 71-89.
- Tarigan, N. F., & Sulhani. (2017). Analisis Kualitas Laporan Keuangan Auditor Independen dan Auditor Tidak Independen. *Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia*, 127-140.
- Wirotomo, B., & Achmad, T. (2018). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Audit Report Lag. *Dipenogoro Journal of Accounting*, 1-10.

**Pengaruh Capital Intensity, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas
(Studi Empiris pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2019–2023)**

Johannes Kristian Siregar, Antonius Bimo Rentor Luntungan

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

Email: johannes@unibi.ac.id; antoniusbimo@unibi.ac.id.

Diterima: 14 April 2025	Diterima Setelah Revisi: 23 April 2025	Dipublikasikan: 24 April 2025
----------------------------	---	----------------------------------

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh capital intensity, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan. Sampel terdiri dari 27 perusahaan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan metode statistik deskriptif, regresi data panel, uji asumsi klasik, uji hipotesis, serta pengujian koefisien korelasi dan determinasi menggunakan perangkat lunak Eviews 13. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, capital intensity dan leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Temuan ini menegaskan pentingnya efisiensi penggunaan aset tetap dan manajemen struktur pendanaan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Kata Kunci: Capital Intensity, Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas.

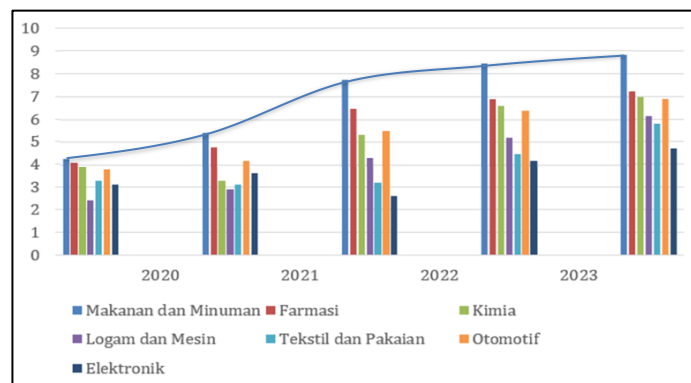
Abstract

This study aims to analyze the influence of capital intensity, leverage, and company size on profitability in food and beverage subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019–2023 period. The research uses a quantitative approach with secondary data in the form of annual financial statements. The sample consisted of 27 companies selected using purposive sampling techniques. Data analysis was carried out using descriptive statistical methods, panel data regression, classical assumption test, hypothesis test, and correlation and determination coefficient testing using Eviews 13 software. The results of the study show that partially, capital intensity and leverage have a significant negative effect on profitability, while company size has no significant effect. Simultaneously, these three variables have a significant effect on profitability. These findings confirm the importance of the efficient use of fixed assets and the management of funding structures to improve the company's financial performance

Keywords: Capital Intensity, Leverage, Firm Size, Profitability.

1 PENDAHULUAN

Di era global saat ini, perkembangan perusahaan sangat pesat. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah perusahaan yang bermunculan di berbagai bidang, sehingga persaingan antar pelaku usaha semakin kuat (Subarkah, 2020). Perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya secara terus menerus. Perusahaan dalam waktu cepat harus mampu mengubah diri menjadi lebih kuat dan mampu menanggapi kebutuhan pasar. Persaingan bisnis yang semakin ketat dan kondisi ekonomi Indonesia saat ini mendorong perusahaan untuk memperkuat fundamental dan beradaptasi dalam meningkatkan profitabilitas guna bersaing dengan perusahaan sejenis (Meliala et al., 2023). Industri manufaktur merupakan industri pengolahan, atau suatu usaha yang mengolah atau mengubah bahan mentah menjadi barang jadi ataupun barang setengah jadi yang mempunyai nilai tambah, yang akan dilakukan secara mekanis dengan mesin, ataupun tanpa menggunakan mesin. Industri manufaktur memberi peran krusial dalam perkembangan ekonomi saat ini, dengan kata lain sektor manufaktur merupakan sektor penopang bagi pemasukan negara (Maulina, 2023). Industri manufaktur memberi peran krusial dalam perkembangan ekonomi saat ini, dalam 5 tahun terakhir industri manufaktur menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB Indonesia. Sub sektor barang, makanan, dan minuman atau yang di kenal dengan *food and beverage* merupakan sektor usaha yang mengolah berbagai produk kebutuhan sehari-hari dengan skala yang besar (Merdeka, 2022). Menurut Kementerian Perindustrian (2023) sub sektor barang, makanan, dan minuman merupakan penyumbang kontribusi terbesar terhadap PDB negara dalam 5 tahun terakhir.



Gambar 1. Penyumbang kontribusi terbesar terhadap PDB dalam 5 tahun terakhir
Sumber: Kemenperin (2019-2023)

Data diatas menunjukkan bahwa dalam 5 tahun terakhir tingkat kontribusi sub sektor barang, makanan, dan minuman berada di posisi teratas mengungguli sub sektor lainnya, selain itu kontribusi sub sektor barang, makanan, dan minuman selalu mengalami peningkatan. Tahun 2020 sub sektor barang, makanan, dan minuman mengalami peningkatan sebesar 1.1% pada tahun 2021 sub sektor ini mengalami peningkatan kembali sebesar 2.32%, pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 0.73%, dan pada 2023 naik sebesar 0.33%. Alat ukur profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *net profit margin* karena rasio ini berfungsi sebagai tolak ukur perusahaan dalam memperoleh laba secara menyeluruh. Margin laba bersih (*Net profit margin*) merupakan ukuran dari profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Margin laba merupakan indikator strategi pendapatan harga suatu perusahaan dan seberapa baik pengendalian biaya (Rahmah et al., 2022).

Rata-rata tingkat net profit margin pada perusahaan subsektor makanan dan minuman menunjukkan fluktuasi selama periode 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, margin laba bersih tercatat sebesar 0,282. Tahun 2020 mengalami sedikit kenaikan menjadi 0,283 (naik 0,35%), namun

kembali menurun pada 2021 menjadi 0,278. Peningkatan signifikan terjadi pada 2022 dengan net profit margin melonjak menjadi 0,44, mencerminkan kenaikan sebesar 58,27% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, pada tahun 2023 margin tersebut turun kembali ke angka 0,30, mengalami penurunan sebesar 31,82% dari tahun 2022.

Faktor yang mempengaruhi profitabilitas yaitu *capital intensity* dimana perusahaan dengan *capital intensity* yang tinggi memiliki biaya tetap yang lebih besar karena investasi besar pada aset tetap seperti pabrik, mesin, atau peralatan sehingga bisa mengurangi keuntungan jika penjualan tidak mencukupi untuk menutupi biaya operasional yang lebih tinggi (Eling, 2020). *Capital intensity* adalah aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan investasi dalam bentuk aset tetap. Aset tetap yang dimiliki perusahaan bisa dimanfaatkan untuk mengurangi pembayaran pajak, yang dilihat dari nilai penyusutan aset tetap (Syntia et al., 2020). Rata-rata *capital intensity* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023 mengalami fluktuasi. Tahun 2019, sub sektor makanan dan minuman memiliki nilai rata-rata yang paling rendah yaitu 0.94%. Rata-rata *capital intensity* yang paling tinggi terjadi pada tahun 2022 yaitu sebesar 1.52%. Tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 1.27%, kemudian mengalami penurunan di tahun 2021 menjadi 1.16% dan pada tahun 2022 mengalami kenaikan menjadi 1.52%, sedangkan pada tahun 2023 mengalami penurunan menjadi 1.34%. *Capital intensity* yang tinggi cenderung mempengaruhi profitabilitas karena nilai besar aset yang dimiliki dapat menyebabkan rendahnya pengembalian terhadap investasi jika tidak diimbangi dengan peningkatan proporsional dalam pendapatan (Lumbuk & Fitriastuti, 2022). Perusahaan yang mengelola asetnya dengan efisien bisa memperoleh keuntungan dari investasi modal tinggi melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional (Nainggolan, 2021). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Safira (2023) menyatakan bahwa *capital intensity* berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Riana (2020) menyatakan bahwa *capital intensity* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Faktor lain yang mempengaruhi profitabilitas yaitu ukuran perusahaan. Menurut Syntia et al. (2020) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi struktur pada suatu pendanaan di perusahaan, perusahaan yang memiliki skala besar relatif lebih stabil dan mampu meningkatkan profitabilitas yang di hasilkan oleh perusahaan tersebut. Peningkatan ukuran perusahaan menunjukkan adanya pertumbuhan dan ekspansi di subsektor makanan dan minuman, tetapi hal ini tidak dapat memastikan bahwa *net profit margin* juga akan stabil. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan menunjukkan bahwa operasi dan kegiatan perusahaan tersebut relatif berskala besar, selain itu perusahaan yang memiliki aset yang besar akan lebih stabil dan mampu menghasilkan laba yang besar. Sejalan dengan penelitian yang Reynaldi et al. (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rikalmi (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan adanya temuan yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu, penulis ingin mengkaji lebih lanjut pengaruh *capital intensity*, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada subsektor makanan dan minuman. Untuk memperkuat kontribusi teoritis, maka gap penelitian ini dilengkapi dengan minimal tiga referensi yang mendukung dan tiga yang bertentangan untuk masing-masing variabel. Misalnya, penelitian oleh Reynaldi et al. (2022), Suherman et al. (2021), dan Lestari (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Namun, Rikalmi (2020), Nugraha (2021), dan Ardianto (2022) menyatakan tidak ada pengaruh signifikan. Hal serupa juga ditemukan pada variabel *capital intensity* dan leverage, di mana hasil penelitian cenderung bervariasi antar konteks dan metode.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

- a. Seberapa besar pengaruh Capital Intensity terhadap Profitabilitas;
- b. Seberapa besar pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas;
- c. Seberapa besar pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas; dan
- d. Seberapa besar pengaruh Capital Intensity, Leverage, dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Profitabilitas.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019) profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendanaan investasi. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dari penjualan barang atau jasa yang diproduksinya (Rahmah et al., 2022). Alat ukur profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *net profit margin* karena rasio ini berfungsi sebagai tolak ukur perusahaan dalam memperoleh laba secara menyeluruh. Margin laba bersih (*Net profit margin*) merupakan ukuran dari profitabilitas perusahaan dari penjualan setelah memperhitungkan semua biaya dan pajak penghasilan. Margin laba merupakan indikator strategi pendapatan harga suatu perusahaan dan seberapa baik pengendalian biaya (Rahmah et al., 2022). Adapun rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Net profit margin* (NPM), rasio ini merupakan rasio yang mengukur seberapa besar keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan dari total penjualannya. Alasan menggunakan indikator tersebut karena mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola biaya dan menghasilkan keuntungan bersih dari total penjualannya. Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2.2 Lverage

Kasmir (2016) *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Sedangkan menurut Fahmi (2018) *leverage* adalah merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar sumber dana perusahaan dibiayai oleh hutang. Sejalan dengan keadaan profitabilitas perusahaan tersebut yang mengalami penurunan mengindikasikan adanya keterkaitan *leverage* terhadap profitabilitas, seperti yang telah dikemukakan oleh Setiawan & Widjaja (2022) mengenai hubungan antara *leverage* terhadap profitabilitas bahwa berpengaruh secara signifikan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Brahmana (2019) menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan lebih toleran terhadap utang, kondisi ekonomi makro yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengelola utang, manajemen utang yang efektif oleh perusahaan, serta struktur modal yang seimbang antara utang dan ekuitas yang mengurangi risiko *leverage* tinggi. Adapun rumus untuk menghitung *leverage* menurut Kasmir (2026) adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

2.3 Capital Intensity

Capital intensity atau intensitas modal merupakan salah satu bentuk keputusan keuangan yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas. *Capital intensity* ini mencerminkan seberapa besar modal yang dibutuhkan oleh perusahaan dan modal tersebut diperoleh dari peningkatan aktiva tetap (pembelian) atau penurunan aktiva tetap (dijual) (Safira, 2023). Artinasari & Mildawati (2020) Menurut Artinasari & Mildawati (2020) *capital intensity* menunjukkan seberapa besar perusahaan menginvestasikan asetnya dalam bentuk aktiva tetap. Rasio *capital intensity* berpengaruh terhadap tingkat efisiensi perusahaan dalam menggunakan aktiva yang bertujuan untuk menghasilkan penjualan. Puspita (2021) menyebutkan rasio intensitas modal menggambarkan rasio aktiva tetap seperti peralatan, mesin dan beberapa properti terhadap total aktiva perusahaan. Perusahaan dengan *capital intensity* yang tinggi memiliki biaya tetap yang lebih besar karena investasi besar pada aset tetap seperti pabrik, mesin, atau peralatan sehingga bisa mengurangi keuntungan jika penjualan tidak mencukupi untuk menutupi biaya operasional yang lebih tinggi (Eling, 2020). *Capital intensity* adalah aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan investasi dalam bentuk aset tetap. Aset tetap yang dimiliki perusahaan bisa dimanfaatkan untuk mengurangi pembayaran pajak, yang dilihat dari nilai penyusutan aset tetap (Syntia et al., 2020). Adapun rumus untuk menghitung intensitas modal menurut Artinasari & Mildawati (2020) adalah sebagai berikut:

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

2.4 Ukuran Perusahaan

Menurut Sawir (2015) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai *equity*, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. Ukuran perusahaan (*firm size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Perusahaan yang berskala besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan kecil. Menurut Syntia et al. (2020) ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara total aktiva, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi struktur pada suatu pendanaan di perusahaan, perusahaan yang memiliki skala besar relatif lebih stabil dan mampu meningkatkan profitabilitas yang di hasilkan oleh perusahaan tersebut. Peningkatan ukuran perusahaan menunjukkan adanya pertumbuhan dan ekspansi, tetapi hal ini tidak dapat memastikan bahwa *net profit margin* juga akan stabil. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan menunjukkan bahwa operasi dan kegiatan perusahaan tersebut relatif berskala besar, selain itu perusahaan yang memiliki aset yang besar akan lebih stabil dan mampu menghasilkan laba yang besar. Adapun rumus yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{Total Aset})$$

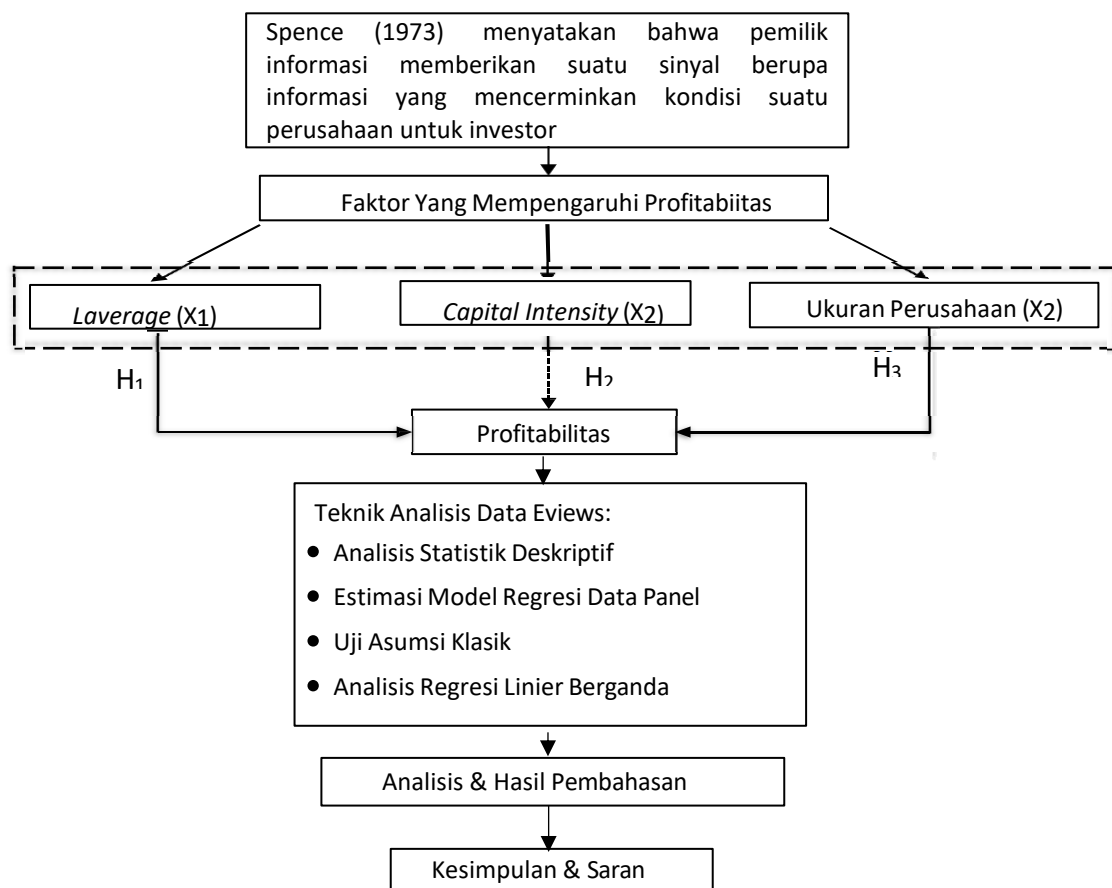
3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode asosiatif, dan pengumpulan data dilakukan secara sekunder. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2021). Metode asosiatif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara capital

intensity, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria:

- Perusahaan terdaftar secara konsisten selama 2019–2023,
- Memiliki laporan keuangan lengkap dan dapat diakses publik,
- Menyajikan data yang dibutuhkan terkait profitabilitas, aset, utang, dan ukuran perusahaan.

Teknik analisis data meliputi Analisis Statistik Deskriptif, Estimasi Model Regresi Data Panel (uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier), Uji Asumsi Klasik (uji heteroskedastisitas dan multikolinearitas), Uji Determinasi, dan Uji Hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan perangkat lunak EViews 13. Metode penelitian ini dimulai dengan melakukan analisis statistik deskriptif, estimasi model regresi data panel, pemilihan model estimasi regresi data panel (uji chow, uji hausman dan uji langrange multiplier), melakukan uji asumsi klasik (uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas), analisis regresi data panel, koefisien determenasi. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f).



Gambar 2. Metode penelitian

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023, dengan menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan yang bersumber dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id dan *website* resmi perusahaan yang terdaftar sebagai sampel di penelitian ini. berdasarkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling method* diperoleh sampel sebanyak 27 perusahaan manufaktur dengan menggunakan 135 Laporan Keuangan, *Sustainability Report* dan *Annual Report*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data panel, yakni hubungan antara dua runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*).

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Date: 08/13/24 Time: 19:11 Sample: 1 135				
	X1	X2	X3	Y
Mean	0.405263	1.247721	9.049891	0.316785
Median	0.420886	0.996185	8.340695	0.264457
Maximum	1.887580	9.753918	13.66480	4.181818
Minimum	0.097788	0.260576	6.651572	0.012544
Std. Dev.	0.214632	1.091523	2.092441	0.380193
Skewness	2.349128	4.958316	0.759234	7.966211
Kurtosis	17.90029	34.21188	2.209638	80.54851
Jarque-Bera	1373.019	6032.933	16.48362	35255.33
Probability	0.000000	0.000000	0.000263	0.000000
Sum	54.71044	168.4423	1221.735	42.76595
Sum Sq. Dev.	6.172938	159.6506	586.6932	19.36922
Observations	135	135	135	135

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki nilai maksimum pada PT FKS Food Sejahtera Tbk sebesar 1,887, sedangkan nilai minimum pada variabel *leverage* yaitu pada PT Campina Ice Cream Industry Tbk sebesar 0,097 dan nilai rata-rata pada variabel *leverage* yaitu 0,405. Angka tersebut lebih besar dari nilai *standar deviasi* yang memiliki nilai sebesar 0,214632 yang artinya bahwa tidak terjadinya sebuah kesenjangan pada variabel *leverage*. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *capital intensity* memiliki nilai maksimum pada PT Cisarua Mountain Dairy Tbk sebesar 9,75, sedangkan nilai minimum pada variabel *capital intensity* terdapat di perusahaan PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk yaitu sebesar 0,26 dan nilai rata-rata pada variabel *capital intensity* yaitu 1,247. Angka tersebut lebih besar dari nilai *standar deviasi* yang memiliki nilai sebesar 1.091523 yang artinya bahwa tidak terjadinya sebuah kesenjangan pada variabel *capital intensity*. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai maksimum sebesar 13,664 yang terdapat pada PT Mulia Boga Raya Tbk, sedangkan nilai minimum pada Sekar Laut Tbk yaitu sebesar 6,65 dan nilai rata-rata pada variabel ukuran perusahaan yaitu 9,049. Angka tersebut lebih besar dari nilai *standar deviasi* yang memiliki nilai sebesar 2,092441 yang artinya bahwa tidak terjadinya sebuah kesenjangan pada variabel ukuran perusahaan. Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai maksimum sebesar 4.18 pada Akasha Wira International Tbk, sedangkan nilai minimum di variabel profitabilitas yaitu sebesar 0,012 pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk dan nilai rata-rata pada variabel profitabilitas yaitu 0,316. Angka tersebut lebih kecil dari nilai *standar deviasi* yang memiliki nilai sebesar 0,380 yang artinya bahwa data yang di gunakan memiliki sebaran yang kurang beragam.

Tabel 2. Hasil Pengujian Model Regresi *Common Effect*

Dependent Variable: Y Method: Panel Least Squares Date: 08/13/24 Time: 19:22 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 27 Total panel (balanced) observations: 135				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.301701	0.109121	2.764844	0.0065
X1	-0.568741	0.111416	-5.104649	0.0000
X2	0.234586	0.021501	10.91037	0.0000
X3	-0.005207	0.011344	-0.459035	0.6470
R-squared	0.508730	Mean dependent var	0.316785	
Adjusted R-squared	0.497480	S.D. dependent var	0.380193	
S.E. of regression	0.269513	Akaike info criterion	0.244784	
Sum squared resid	9.515507	Schwarz criterion	0.330867	
Log likelihood	-12.52294	Hannan-Quinn criter.	0.279766	
F-statistic	45.21869	Durbin-Watson stat	1.178264	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Tabel 3. Hasil Pengujian Model Regresi *Fixed Effect*

Dependent Variable: Y Method: Panel Least Squares Date: 08/13/24 Time: 19:23 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 27 Total panel (balanced) observations: 135				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.770352	0.660281	-1.166702	0.2460
X1	-0.090301	0.144122	-0.626560	0.5323
X2	0.295278	0.021652	13.63745	0.0000
X3	0.083460	0.072850	1.145645	0.2545
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.782371	Mean dependent var	0.316785	
Adjusted R-squared	0.722265	S.D. dependent var	0.380193	
S.E. of regression	0.200364	Akaike info criterion	-0.184234	
Sum squared resid	4.215296	Schwarz criterion	0.461383	
Log likelihood	42.43576	Hannan-Quinn criter.	0.078127	
F-statistic	13.01633	Durbin-Watson stat	1.758066	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Tabel 4. Hasil Pengujian Model Regresi *Random Effect*

Dependent Variable: Y Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 08/13/24 Time: 19:23 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 27 Total panel (balanced) observations: 135 Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.164013	0.152528	1.075296	0.2842
X1	-0.363422	0.115906	-3.135499	0.0021
X2	0.276939	0.018914	14.64166	0.0000
X3	-0.005027	0.016147	-0.311305	0.7561
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		0.152820	0.3678	
Idiosyncratic random		0.200364	0.6322	
Weighted Statistics				
R-squared	0.599572	Mean dependent var	0.160233	
Adjusted R-squared	0.590402	S.D. dependent var	0.332088	
S.E. of regression	0.212536	Sum squared resid	5.917481	
F-statistic	65.38322	Durbin-Watson stat	1.411953	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Tabel 5. Hasil Uji *Chow*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	5.077865	(26,105)	0.0000
Cross-section Chi-square	109.917417	26	0.0000

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Hasil uji *chow* pada tabel 5 dapat dilihat hasil bahwa nilai probabilitas *Cross Section Chi-Square* adalah 0,00 ($<0,05$) artinya H_1 diterima, dengan demikian H_0 ditolak. Menurut uji *chow*, model yang tepat untuk uji data panel ini adalah *fixed effect model*.

Tabel 6. Hasil Uji *Hausman*

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	19.400219	3	0.0002

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Hasil uji *hausman* pada tabel 6 dapat dilihat hasil bahwa nilai probabilitas *Cross Section Random* adalah 0,0002 ($<0,05$) artinya H_1 diterima, dengan demikian H_0 ditolak. Menurut uji *hausman*, model yang tepat untuk uji data panel ini adalah *fixed effect model*.

Tabel 7. Hasil Uji *Lagrange Multiplier (LM)*

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	28.35780 (0.0000)	0.038635 (0.8442)	28.39643 (0.0000)
Honda	5.325204 (0.0000)	-0.196557 (0.5779)	3.626501 (0.0001)
King-Wu	5.325204 (0.0000)	-0.196557 (0.5779)	1.761505 (0.0391)
Standardized Honda	5.897173 (0.0000)	0.120631 (0.4520)	0.050935 (0.4797)
Standardized King-Wu	5.897173 (0.0000)	0.120631 (0.4520)	-0.934899 (0.8251)
Gourieroux, et al.	--	--	28.35780 (0.0000)

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Hasil uji *lagrange multiplier (LM)* pada tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas *Both* adalah 0,00 ($<0,05$) artinya H_1 diterima, dengan demikian H_0 ditolak. Menurut uji *lagrange multiplier (LM)*, model yang tepat uji data panel ini adalah *random effect model*.

Tabel 8. Hasil Uji Heterokedasitas

Heteroskedasticity Test: ARCH			
F-statistic	0.941561	Prob. F(3,128)	0.4227
Obs*R-squared	2.850059	Prob. Chi-Square(3)	0.4153

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Uji heterokedasitas, menunjukkan *Obs*R-squared* pada *Prob. Chi-Square* sebesar 2,850059 yang artinya ($2,850059 > 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa model penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedasitas.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.011907	22.13023	NA
X1	0.012414	4.844097	1.054940
X2	0.000462	2.353725	1.016100
X3	0.000129	20.62735	1.039393

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *centered VIF* untuk variabel *leverage* memiliki nilai sebesar 1.054940 yang artinya ($1.054940 < 10$), *capital intensity* memiliki nilai sebesar 1.0161 yang artinya ($1.0161 < 10$), dan variabel ukuran perusahaan memiliki nilai sebesar 1.039393 yang artinya ($1.039393 > 10$) Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas pada variabel penelitian.

Tabel 10. Hasil Pengujian Signifikansi *Fixed Effect*

Dependent Variable: Y Method: Panel Least Squares Date: 08/13/24 Time: 19:23 Sample: 2019 2023 Periods included: 5 Cross-sections included: 27 Total panel (balanced) observations: 135				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.770352	0.660281	-1.166702	0.2460
X1	-0.090301	0.144122	-0.626560	0.5323
X2	0.295278	0.021652	13.63745	0.0000
X3	0.083460	0.072850	1.145645	0.2545
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.782371	Mean dependent var	0.316785	
Adjusted R-squared	0.722265	S.D. dependent var	0.380193	
S.E. of regression	0.200364	Akaike info criterion	-0.184234	
Sum squared resid	4.215296	Schwarz criterion	0.461383	
Log likelihood	42.43576	Hannan-Quinn criter.	0.078127	
F-statistic	13.01633	Durbin-Watson stat	1.758066	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Hasil dari regresi data panel sebagai berikut:

$$Y = (-0,770352) - 0,090301 (X1) + 0,295278 (X2) + 0,083460 (X3)$$

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.782371	Mean dependent var	0.316785
Adjusted R-squared	0.722265	S.D. dependent var	0.380193
S.E. of regression	0.200364	Akaike info criterion	-0.184234
Sum squared resid	4.215296	Schwarz criterion	0.461383
Log likelihood	42.43576	Hannan-Quinn criter.	0.078127
F-statistic	13.01633	Durbin-Watson stat	1.758066
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Koefisien determinasi dapat dilihat bahwa *Adjusted R-squared* sebesar 0.722265 menunjukkan bahwa *leverage*, *capital intensity* dan ukuran perusahaan memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan profitabilitas sebesar 0.722265 atau 72% dan sisanya yaitu 28% dijelaskan oleh variabel lain yang ada diluar model penelitian.

Tabel 12. Koefisien Determinasi Parsial *Leverage*

R-squared	0.320192	Mean dependent var	0.316785
Adjusted R-squared	0.148651	S.D. dependent var	0.380193
S.E. of regression	0.350798	Akaike info criterion	0.925158
Sum squared resid	13.16736	Schwarz criterion	1.527733
Log likelihood	-34.44816	Hannan-Quinn criter.	1.170028
F-statistic	1.866567	Durbin-Watson stat	2.855973
Prob(F-statistic)	0.013147		

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Tabel 13. Koefisien Determinasi Parsial *Capital Intensity*

R-squared	0.778439	Mean dependent var	0.316785
Adjusted R-squared	0.722531	S.D. dependent var	0.380193
S.E. of regression	0.200268	Akaike info criterion	-0.195953
Sum squared resid	4.291471	Schwarz criterion	0.406622
Log likelihood	41.22685	Hannan-Quinn criter.	0.048916
F-statistic	13.92356	Durbin-Watson stat	1.610960
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Tabel 14. Koefisien Determinasi Parsial Ukuran Perusahaan

R-squared	0.396813	Mean dependent var	0.316785
Adjusted R-squared	0.244607	S.D. dependent var	0.380193
S.E. of regression	0.330438	Akaike info criterion	0.805574
Sum squared resid	11.68326	Schwarz criterion	1.408150
Log likelihood	-26.37625	Hannan-Quinn criter.	1.050444
F-statistic	2.607080	Durbin-Watson stat	3.302477
Prob(F-statistic)	0.000262		

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Berdasarkan tabel 12, dapat dilihat bahwa kontribusi variabel *leverage* terhadap protabilitas sebesar 0,148 atau 14,8%. Berdasarkan tabel 13, dapat dilihat bahwa kontribusi variabel *capital intensity* terhadap protabilitas sebesar 0,722 atau 72,2%. Berdasarkan tabel 14, dapat dilihat bahwa kontribusi variabel ukuran perusahaan terhadap protabilitas sebesar 0,244 atau 24,4%.

Tabel 15. Hasil Uji Parsial *Fixed Effect*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.770352	0.660281	-1.166702	0.2460
X1	-0.090301	0.144122	-0.626560	0.5323
X2	0.295278	0.021652	13.63745	0.0000
X3	0.083460	0.072850	1.145645	0.2545

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel 15, dapat dijabarkan hasil dari uji parsial menyatakan bahwa variabel *leverage* memperoleh nilai thitung sebesar $-0.626560 < 1.97824$, dengan nilai probabilitas sebesar $0.5323 > 0.05$, maka dapat menunjukkan bahwa hipotesis ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil dari uji parsial menyatakan bahwa variabel *capital intensity* memperoleh nilai thitung sebesar $13.63745 > 1.97824$, dengan nilai probabilitas sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat menunjukkan bahwa hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *capital intensity* berpengaruh terhadap profitabilitas. Hasil dari uji parsial menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai thitung sebesar $1.145645 < 1.97824$, dengan nilai probabilitas sebesar $0.2545 > 0.05$, maka dapat menunjukkan bahwa hipotesis ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Tabel 16. Hasil Uji Simultan *Fixed Effect*

R-squared	0.782371	Mean dependent var	0.316785
Adjusted R-squared	0.722265	S.D. dependent var	0.380193
S.E. of regression	0.200364	Akaike info criterion	-0.184234
Sum squared resid	4.215296	Schwarz criterion	0.461383
Log likelihood	42.43576	Hannan-Quinn criter.	0.078127
F-statistic	13.01633	Durbin-Watson stat	1.758066
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Eviews 13, data diolah penulis

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 16, maka dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar $13.01633 > 2.67321$, dengan nilai probabilitas sebesar $0,00 < 0,05$, maka dapat menunjukkan bahwa hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen yaitu *leverage*, *capital intensity* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa proporsi utang yang tinggi dalam struktur modal tidak otomatis berdampak negatif terhadap laba bersih, terutama jika perusahaan mampu mengelola beban bunga secara efisien. Hasil ini sejalan dengan penelitian Oktarianus (2020), Rukmana & Wicaksono (2021), dan Pratama (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak selalu menurunkan profitabilitas jika manajemen mampu mengoptimalkan pembiayaan. Namun, hasil ini bertentangan dengan Permana (2021) dan Wulandari (2023) yang menemukan bahwa *leverage* yang tinggi dapat menurunkan margin laba akibat meningkatnya risiko keuangan.

Capital intensity dalam penelitian ini berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Artinya, semakin besar porsi aset tetap dalam struktur aktiva, semakin rendah laba yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam aset tetap belum dimanfaatkan secara optimal. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Iskandar (2021), Supriyanto (2022), dan Hidayat (2023) yang menyatakan bahwa *capital intensity* dapat menurunkan profitabilitas jika tidak disertai dengan efisiensi operasional dan utilisasi aset. Namun demikian, penelitian oleh Firmansyah (2020) dan Manurung (2021) menemukan hasil berbeda, yakni *capital intensity* dapat meningkatkan profitabilitas jika diikuti oleh peningkatan kapasitas produksi dan penjualan.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa skala perusahaan besar tidak menjamin keuntungan tinggi, jika tidak diiringi oleh efisiensi operasional. Temuan ini konsisten dengan studi oleh Rikalmi (2020), Tanjung (2021), dan Maharani (2022) yang menyatakan bahwa ukuran tidak menjadi faktor utama laba bersih perusahaan. Sebaliknya, hasil ini bertentangan dengan penelitian Reynaldi et al. (2022) dan Wijaya (2021) yang menyebutkan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki profitabilitas tinggi karena efisiensi skala dan akses pembiayaan lebih luas.

5 SIMPULAN

Hasil analisis dan pembahasan mengenai *leverage*, *capital intensity* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas, maka dapat ditarik kesimpulan dimana *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. *Capital intensity* memiliki pengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. *Leverage*, *capital intensity*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Penelitian ini memiliki implikasi teoritis dan praktis. Secara teoritis, hasil temuan ini memperkuat pemahaman terhadap teori sinyal (signaling theory), khususnya bahwa informasi internal seperti struktur aset (capital intensity), struktur modal (leverage), dan ukuran perusahaan dapat menjadi sinyal yang memengaruhi persepsi profitabilitas. Secara praktis, hasil ini bermanfaat bagi manajer keuangan perusahaan dalam mengevaluasi efisiensi penggunaan aset tetap dan struktur pembiayaan, serta bagi investor untuk mempertimbangkan indikator keuangan sebelum mengambil keputusan investasi di sektor makanan dan minuman.

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada cakupan populasi yang hanya berfokus pada satu subsektor industri, yaitu makanan dan minuman. Selain itu, variabel yang digunakan masih terbatas pada leverage, capital intensity, dan ukuran perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan rasio keuangan lain seperti current ratio, return on assets (ROA), atau interest coverage ratio, serta membandingkan hasil antar sektor industri agar menghasilkan pemahaman yang lebih luas dan generalisasi yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia. (2021). *Pengaruh Likuiditas, Leverage Dan Intensitas Aset Terhadap Agresivitas Pajak*.
- Artinasari, & Mildawati. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Tax Avoidance*.
- Aruan, D. A., Limbong, H., Silitonga, B., Aceh, M., & Br Samosir, N. B. (2021). *Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Perusahaan Property and Real Estate Yang Terdaftar di BEI*. Owner, 5(2), 460–472. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.427>
- Bursa Efek Indonesia. (2024a). *Capital intensity Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman*.
- Bursa Efek Indonesia. (2024b). *Leverage Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman*.
- Bursa Efek Indonesia. (2024c). *Return on Asset Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman*.
- Bursa Efek Indonesia. (2024d). *Tingkat Ukuran Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman*.
- Dewi, R. (2020). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Di Bei*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen
- Dwiyanthi. (2020). *Pengaruh Likuiditas Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi*. E-Jurnal Manajemen.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Helfiardi, & Suhartini. (2021). *Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sub sektor barang makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2015-2020*.
- Irvan. (2021). *Pengaruh Capital Intensity, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Inventory Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2019*.
- Safira, R. (2023). *Pengaruh Leverage Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2019-2021)*.

- Safitri, Widarko, & Wahono. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016- 2019)*.
- Setiawan, E., & Widjaja, I. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 1105–1115.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20590>

Peran Rumah BUMN Bandung dalam Mendukung UMKM Go Digital: Studi Kasus Program Peningkatan Kapasitas**Miftah Farid, Poniah Juliawati**

Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I

Email: miftahfarid.r22ab@plb.ac.id; iponjuliawati@plb.ac.id.

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
7 Maret 2025	17 April 2025	24 April 2025

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong UMKM untuk beradaptasi agar tetap kompetitif. Rumah BUMN Bandung berperan dalam membantu UMKM bertransformasi secara digital melalui program peningkatan kapasitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran Rumah BUMN Bandung dalam mendukung UMKM bertransformasi ke digital, tantangan yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan untuk mengatasinya. Digitalisasi menjadi penting karena dapat meningkatkan daya saing UMKM, memperluas pasar, dan mempercepat pertumbuhan bisnis. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan koordinator Rumah BUMN Bandung dan survei kepada UMKM peserta program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM merasakan manfaat dari program ini, tetapi menghadapi kendala seperti kurangnya pemahaman teknologi, akses internet terbatas, dan biaya implementasi tinggi. Untuk mengatasinya, Rumah BUMN Bandung menyediakan pelatihan praktis, pendampingan berkelanjutan, serta bekerja sama dengan agensi digital dan media. Ke depan, diperlukan pelatihan offline lebih intensif, program inkubator bisnis, serta dukungan pemasaran digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pendampingan Bisnis, Pemasaran Digital, Rumah BUMN, UMKM.**Abstract**

The development of digital technology encourages MSMEs to adapt to remain competitive. Rumah BUMN Bandung plays a role in helping MSMEs transform digitally through capacity building programs. This research seeks to examine the role of Rumah BUMN Bandung in assisting MSMEs in their digital transformation, the obstacles they encounter, and the strategies implemented to address these challenges. Digitalization is important because it can improve MSME competitiveness, expand markets, and accelerate business growth. Data was collected through interviews with the coordinator of Rumah BUMN Bandung and a survey of MSMEs participating in the program. The results show that MSMEs benefit from the program, but face obstacles such as a lack of technological understanding, limited internet access, and high implementation costs. To overcome this, Rumah BUMN Bandung provides practical training, ongoing mentoring, and collaborates with digital and media agencies. In the future, more intensive offline training, business incubator programs, and digital marketing support are needed.

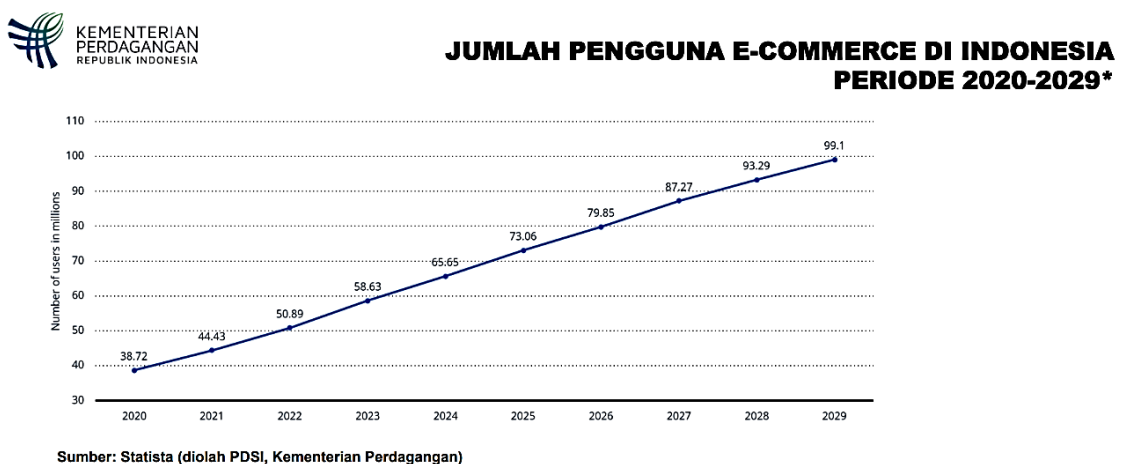
Keywords: Digitalization, Business Assistance, Digital Marketing, Rumah BUMN, MSMEs.

1 PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi semakin mengubah pola konsumsi masyarakat. Maraknya platform *e-commerce*, layanan pesan-antar, hingga sistem pembayaran digital telah membuat transaksi menjadi lebih cepat dan efisien. Dalam (Permana & Puspitaningsih, 2021) ekonomi digital dapat dipahami sebagai cara manusia memenuhi kebutuhan hidupnya yang beragam hanya dengan memanfaatkan teknologi digital, terutama melalui jari-jari tangannya saja. Konsep ini juga mencakup berbagai aktivitas manusia yang berkaitan dengan proses produksi, konsumsi, dan distribusi yang dilakukan melalui *platform* digital. Hal ini menunjukkan bahwa dengan ekonomi digital, seseorang tidak lagi harus mengunjungi pasar secara fisik untuk memperoleh barang atau jasa. Cukup melalui perangkat seperti *smartphone*, barang yang diinginkan dapat dipesan dan dikirim langsung ke rumah, sehingga kebutuhan atau keinginan dapat terpenuhi dengan lebih mudah dan praktis.

Dalam beberapa tahun terakhir, persaingan di sektor usaha menengah ke bawah semakin ketat, sehingga UMKM perlu mengambil langkah strategis yang tepat sesuai dengan kebutuhan pasar. Strategi yang relevan dan efektif menjadi elemen kunci bagi UMKM dalam mencapai keberhasilan dan mempertahankan eksistensi di bidang usaha masing-masing (Nugraha & Sudiana, 2023). Digitalisasi menjadi langkah krusial yang tidak dapat dihindari oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seiring dengan pergeseran ekonomi global menuju era digital. Dengan semakin meningkatnya aktivitas masyarakat dalam transaksi online, digitalisasi tidak hanya sekadar menjadi opsi, tetapi telah berubah menjadi kebutuhan mendasar bagi keberlangsungan dan perkembangan UMKM di masa depan.

Berdasarkan data Kementerian Perdagangan RI, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan mencapai Rp533 triliun. Bank Indonesia (BI) sebelumnya memproyeksikan angka tersebut, namun kemudian merubah perkiraan menjadi Rp474 triliun sepanjang 2023. Pada tahun 2024, nilai transaksi *e-commerce* diperkirakan meningkat sebesar 2,8% menjadi Rp487 triliun dan terus bertumbuh 3,3% menjadi Rp503 triliun pada 2025. Selain itu, data dari (Perdagangan, 2024) menunjukkan bahwa jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia diprediksi terus meningkat hingga mencapai 99,1 juta pengguna pada 2029.



Gambar 1. Jumlah Pengguna *E-Commerce* di Indonesia Priode 2020-2029
Sumber: (Perdagangan, 2024)

Hal ini mencerminkan besarnya potensi pasar digital. Angka tersebut mempertegas pentingnya bagi UMKM untuk mengadopsi teknologi digital guna memperluas pangsa pasar, meningkatkan efisiensi operasional Serta berinovasi dalam menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Penerapan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif. Digitalisasi membantu UMKM mengatasi berbagai keterbatasan fisik yang selama ini membatasi mereka dalam menjangkau pelanggan. Teknologi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan produk dan jasa mereka ke audiens yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, melalui teknologi seperti sistem manajemen inventori digital, platform pembayaran online, dan otomatisasi pemasaran, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya membuka peluang baru, tetapi juga memperbaiki cara kerja UMKM sehingga lebih efektif dan efisien (Utami et al., 2024).

Transformasi digital juga memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan UMKM dengan pelanggan mereka. Kehadiran media sosial dan berbagai alat digital lainnya memungkinkan UMKM untuk menjalin komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan (INDEF, 2024). Melalui interaksi online, UMKM dapat memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih baik serta memberikan tanggapan yang lebih cepat terhadap masukan dan keluhan. Hal ini, pada akhirnya, tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi membantu membangun loyalitas merek. Lebih dari itu, digitalisasi juga memudahkan UMKM dalam mengakses data pasar yang lebih luas. Dengan data ini, mereka dapat mengenali tren baru lebih awal dan mengembangkan produk yang lebih inovatif agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Namun, di balik manfaat besar yang ditawarkan oleh digitalisasi, UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang menghambat proses transformasi ini.

Proses digitalisasi yang kompleks sering kali menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM, terutama bagi yang berada di daerah terpencil atau yang baru memulai usaha. Salah satu kendalanya adalah minimnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku UMKM (Saragih et al., 2024). Banyak pelaku usaha kecil yang belum sepenuhnya memahami bagaimana teknologi digital dapat membantu bisnis mereka. Mereka sering kali kesulitan menggunakan alat-alat digital seperti *e-commerce*, media sosial, atau bahkan aplikasi manajemen keuangan. Rendahnya literasi ini menghambat mereka untuk memanfaatkan teknologi secara maksimal dan sering kali membuat mereka ragu untuk mencoba hal baru.

Selain itu, keterbatasan modal juga menjadi penghalang besar bagi UMKM untuk beralih ke dunia digital (Sundari & Sulistyowarni, 2021). Digitalisasi membutuhkan investasi awal yang tidak sedikit, baik untuk membeli perangkat keras seperti komputer dan *smartphone*, maupun untuk membayar langganan perangkat lunak, koneksi internet, dan pelatihan teknologi. UMKM yang masih berjuang untuk memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari sering kali menganggap pengeluaran ini sebagai beban tambahan yang sulit untuk dipenuhi.

Kendala berikutnya akses infrastruktur yang belum merata secara keseluruhan diberbagai wilayah di Indonesia sehingga terjadi kesenjangan digital. Kesenjangan digital mengacu pada ketimpangan dalam akses dan penggunaan teknologi digital, yang menyebabkan sebagian orang mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi atau bahkan mengalami kendala dalam mengoperasikannya (Jyanthi & Dinaseviani, 2022). Di beberapa daerah, khususnya wilayah pedesaan atau terpencil, keterbatasan akses internet menjadi hambatan utama. Kondisi ini membuat UMKM di daerah tersebut sulit memanfaatkan penggunaan *platform* digital seperti *e-commerce* atau media sosial yang memerlukan koneksi internet yang stabil. Bahkan jika akses internet tersedia, kualitasnya sering kali tidak memadai untuk mendukung aktivitas bisnis digital secara efisien.

Persaingan ketat di *platform* digital juga menjadi tantangan besar bagi UMKM. Dengan banyaknya pelaku usaha yang hadir di platform online, UMKM harus memiliki strategi pemasaran yang kuat untuk menarik perhatian konsumen. Menurut (Saragih et al., 2024) mereka perlu memahami cara memanfaatkan iklan digital, optimasi mesin pencari (SEO), dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. Tanpa strategi yang tepat, produk UMKM berisiko tenggelam di tengah lautan produk serupa yang tersedia secara online. Meskipun tantangan-tantangan ini tampak besar, solusi yang tepat dapat membantu UMKM untuk mengatasi hambatan

tersebut. Dalam konteks ini, Rumah BUMN Bandung memainkan peran yang sangat penting sebagai fasilitator dan akselerator digitalisasi UMKM.

Rumah BUMN Bandung telah hadir sebagai salah satu inisiatif yang dirancang untuk mendukung pengembangan UMKM di Indonesia. Sebagai fasilitator dan akselerator, Rumah BUMN Bandung memiliki berbagai program dan strategi yang dirancang untuk membantu UMKM mengatasi tantangan dalam proses digitalisasi (Rahmi, 2021). Salah satu kontribusi utama Rumah BUMN Bandung adalah penyediaan pelatihan literasi digital. Melalui program ini, Rumah BUMN Bandung membantu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang teknologi digital, cara penggunaannya, dan manfaatnya bagi bisnis. Pelatihan ini mencakup berbagai topik, mulai dari pengenalan *e-commerce* dan pemasaran digital, hingga manajemen keuangan berbasis teknologi.

Selain pelatihan (Zahra & Julia, 2024) mengatakan, Rumah BUMN Bandung juga memberikan dukungan dalam bentuk penyediaan infrastruktur. Mereka bekerja untuk memastikan bahwa UMKM memiliki akses ke teknologi yang diperlukan untuk mendukung aktivitas bisnis mereka. Hal ini mencakup penyediaan fasilitas internet gratis di Rumah BUMN, serta bantuan dalam pengadaan perangkat keras dan perangkat lunak. Dukungan infrastruktur ini sangat penting, terutama bagi UMKM yang berada di daerah dengan akses teknologi yang terbatas.

Rumah BUMN Bandung juga aktif menjalin kolaborasi dengan perusahaan teknologi diantaranya dengan Tik Tok Indonesia, Akselerasi, Evermos, Kasir Pintar, Padi UMKM dan yang lainnya, untuk memberikan solusi yang terjangkau bagi UMKM. Misalnya, melalui kerja sama dengan *platform e-commerce*, Rumah BUMN membantu UMKM untuk memasarkan produk mereka melalui *platform* digital. Selain itu, perusahaan teknologi sering kali memberikan bimbingan teknis dan dukungan dalam mengelola *platform* digital, sehingga UMKM dapat memanfaatkan teknologi secara optimal.

Dalam upaya untuk menciptakan ekosistem digital yang inklusif, Rumah BUMN Bandung juga mendorong UMKM untuk bergabung dalam jaringan bisnis yang lebih luas. Ekosistem ini memungkinkan UMKM untuk saling berbagi pengalaman, pengetahuan, dan sumber daya. Dengan adanya jaringan ini, UMKM dapat belajar dari satu sama lain dan menemukan peluang kolaborasi yang dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat.

Melalui peran strategisnya, Rumah BUMN Bandung diharapkan dapat membantu UMKM untuk bertransformasi secara digital dengan lebih cepat dan efisien. Dengan dukungan ini, UMKM tidak hanya dapat mengatasi tantangan yang mereka hadapi, tetapi juga memanfaatkan peluang baru yang muncul di era digital. Transformasi ini pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM, pertumbuhan ekonomi lokal, dan penguatan perekonomian nasional secara keseluruhan.

Jadi berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran yang dijalankan Rumah BUMN Bandung dalam mendukung transformasi digital UMKM. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi Rumah BUMN Bandung dalam melaksanakan Program Peningkatan Kapasitas bagi UMKM, mengeksplorasi upaya yang dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut serta mengevaluasi dampak program tersebut terhadap kemampuan digitalisasi UMKM binaannya. Dengan memahami aspek-aspek ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas peran Rumah BUMN Bandung dalam mendorong UMKM untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era digital. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memberikan rekomendasi strategis agar program digitalisasi UMKM di Rumah BUMN Bandung dapat berjalan lebih efektif dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi pelaku usaha.

2 KAJIAN PUSTAKA

Digitalisasi telah menjadi faktor kunci dalam perkembangan UMKM di era ekonomi digital. Dengan pemanfaatan teknologi, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan

efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing. Menurut Bharadwaj dalam (Friska et al., 2024) kalangan UMKM digitalisasi mencakup penggunaan teknologi seperti *e-commerce*, layanan keuangan digital (*fintech*), dan sistem informasi yang mendukung efisiensi dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari produksi, distribusi, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan.

Meskipun digitalisasi UMKM membawa banyak manfaat, masih terdapat berbagai tantangan dalam penerapannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kemendag dalam (Khristiana et al., 2024), beberapa kendala utama yang dihadapi UMKM dalam digitalisasi meliputi keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya *literasi digital*, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, dukungan dari berbagai pihak, termasuk Rumah BUMN, sangat dibutuhkan untuk membantu UMKM menghadapi tantangan ini.

Program peningkatan kapasitas adalah salah satu upaya yang dilakukan dengan tujuan membantu UMKM agar lebih siap dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Peningkatan kapasitas yang berbasis digital mampu meningkatkan keterampilan dan kesiapan UMKM dalam memanfaatkan teknologi (KEMENKOPUKM, 2020).

Beberapa studi sebelumnya menyarankan upaya strategis untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan dukungan berkelanjutan (Putren et al., 2024). Selain itu, program pembinaan yang melibatkan pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal terbukti lebih efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM secara signifikan. Melalui kolaborasi ini, UMKM mendapatkan akses lebih luas terhadap pelatihan, pendampingan, serta sumber daya yang mendukung pertumbuhan dan daya saing mereka di era digital..

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus sebagai metode utamanya. Moleong dalam (Liong, 2022) mengatakan penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan. Pendekatan ini dilakukan secara holistik dengan menyajikan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa sesuai dengan konteks alami yang diteliti, serta menggunakan berbagai metode ilmiah. Oleh karena itu, peneliti memilih studi kasus (*case study*) sebagai pendekatan untuk memahami subjek penelitian secara mendalam. Dari kamus *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current*, Mudjia Raharjo dalam (Ilhami et al., 2024) menjelaskan studi kasus adalah metode ilmiah yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu program, peristiwa, atau aktivitas. Objek penelitian dalam studi kasus dapat berupa individu, kelompok, lembaga, atau organisasi, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Umumnya, studi kasus berfokus pada peristiwa aktual dan unik, bukan kejadian yang telah berlalu atau terjadi di masa lampau.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari pelaku UMKM dan stakeholders terkait. Data primer ini dikumpulkan melalui wawancara dan survei, dengan basis data pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang telah terdaftar serta pernah mengikuti beberapa kegiatan pelatihan digital.

Ada beberapa tahapan untuk pengolahan data, Miles dan Huberman menjelaskan dalam (Rijali, 2019) diawali dari pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang akurat, mendalam, dan relevan dengan tujuan penelitian. Kedua, reduksi data bertujuan menyaring dan merangkum data ke dalam kategori atau tema tertentu agar lebih fokus dan mudah dipahami. Ketiga, penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi dalam bentuk tabel, diagram, atau narasi untuk memperjelas pola yang muncul. Terakhir, penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan dengan menguji kembali hasil analisis agar validitasnya dapat dipertanggungjawabkan. Proses ini memastikan bahwa data yang diolah menghasilkan wawasan yang lebih jelas dan mendalam.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara langsung kepada Koordinator Rumah BUMN Bandung, yang kemudian divalidasi melalui survei kepada UMKM yang telah mengikuti program peningkatan kapasitas. Wawancara dilakukan dalam dua sesi karena banyaknya informasi yang perlu dikonfirmasi dan dijelaskan secara mendetail. Selama wawancara, suasana berlangsung interaktif dan penuh antusiasme, dengan banyak diskusi mendalam mengenai program dan strategi digitalisasi UMKM.

Hal yang menarik dari proses ini adalah keterlibatan berbagai *stakeholder* dalam mendukung UMKM, menunjukkan bahwa upaya digitalisasi mendapat dukungan luas. Pengumpulan data ini memberikan wawasan lebih tentang peran Rumah BUMN Bandung serta tantangan yang mereka hadapi dalam membangun ekosistem digital yang lebih komprehensif.

4.1 Hasil

Hasil penelitian ini diperoleh melalui proses wawancara mendalam dengan Koordinator Rumah BUMN Bandung serta survei kepada UMKM yang telah mengikuti program peningkatan kapasitas. Data yang dikumpulkan memberikan gambaran menyeluruh mengenai peran Rumah BUMN Bandung dalam mendukung proses digitalisasi UMKM, tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya, serta berbagai strategi dan upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut. Hasil ini disajikan dalam tiga bagian utama, yaitu peran Rumah BUMN Bandung, tantangan yang dihadapi, dan upaya dalam menghadapi tantangan. Setiap bagian dianalisis berdasarkan perspektif pihak penyelenggara program maupun pelaku UMKM sebagai penerima manfaat, guna memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap implementasi program peningkatan kapasitas dalam konteks digitalisasi UMKM.

4.1.1 Peran Rumah BUMN Bandung

Rumah BUMN Bandung berperan sebagai wadah bagi UMKM untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitasnya melalui berbagai program pembinaan yang dilaksanakan. Pengembangan UMKM dilakukan dalam empat tahap, yaitu *Go Modern* berfokus pada edukasi dasar bisnis dan manajemen, *Go Digital* membantu UMKM dalam pemanfaatan *e-commerce* dan media sosial untuk branding dan efisiensi operasional, *Go Online* mendorong UMKM untuk masuk ke marketplace guna memperluas jangkauan pasar, serta *Go Global* yang membekali UMKM dengan pemahaman tentang regulasi perdagangan internasional agar dapat bersaing di pasar global.

Selain itu, Rumah BUMN Bandung menjadi *Basecamp Milenial*, tempat bagi generasi muda untuk belajar kewirausahaan melalui program magang dan penelitian. Untuk mendukung kolaborasi antar pelaku usaha, Rumah BUMN menyediakan berbagai fasilitas, termasuk pusat informasi tanggap bencana yang membantu UMKM berperan dalam situasi krisis. Dalam hal akses permodalan, UMKM didukung melalui program kemitraan dan Kredit Usaha Rakyat (KUR), yang memberikan peluang pendanaan guna memperluas dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

4.1.2 Tantangan yang Dihadapi

Dalam menjalankan program digitalisasi bagi UMKM, Rumah BUMN Bandung menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi efektivitas pelaksanaan program. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan waktu dan sumber daya, di mana program pelatihan digitalisasi sering kali dilakukan dalam durasi yang singkat hanya 3-4 jam saja, sementara proses transformasi digital memerlukan pendampingan berkelanjutan. Selain itu, keterbatasan ruangan serta jumlah tenaga ahli

atau mentor yang terbatas menjadi hambatan dalam menciptakan program yang lebih intensif dan berkesinambungan.

Tantangan lainnya adalah kurangnya literasi digital di kalangan UMKM, yang membuat banyak pelaku usaha belum memahami pentingnya digitalisasi dalam bisnis mereka. Hal ini berdampak pada rendahnya tingkat adopsi teknologi dalam aspek pemasaran maupun operasional. Rumah BUMN Bandung juga menghadapi kesulitan dalam menjangkau UMKM yang tepat, karena setiap program harus disesuaikan dengan kriteria peserta yang ditetapkan oleh mitra kolaborasi. Selain itu, keterbatasan infrastruktur digital menjadi kendala, terutama bagi UMKM yang masih mengalami akses internet yang tidak stabil dan kurangnya perangkat pendukung untuk menjalankan digitalisasi usaha secara optimal.

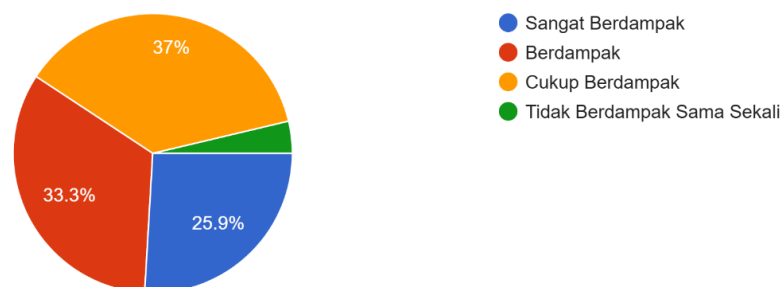
4.1.3 Upaya dalam Menghadapi Tantangan

Untuk menghadapi tantangan dalam peningkatan kapasitas UMKM, Rumah BUMN Bandung menerapkan pendampingan berkelanjutan melalui kelas online dan offline yang berjenjang, mulai dari *fundamental* hingga *advance*. Pendampingan ini dilakukan melalui grup *WhatsApp*, pertemuan mingguan, dan sesi pelatihan intensif. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak menjadi strategi utama dalam memperluas program. Rumah BUMN bekerja sama dengan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok untuk memperluas akses pasar digital, serta menggandeng *fintech* seperti Mekari Jurnal, Labamu, MAJU, dan Moka Pos guna mendukung pengelolaan keuangan UMKM. Kemitraan dengan institusi pendidikan seperti UPI, UNPAD, Telkom University, LP3I, UNIBI serta kampus-kampus lain yang berada di Jawa Barat juga turut memperkuat pelatihan berbasis akademik.

Selain itu, Rumah BUMN Bandung menerapkan strategi kelas bertahap agar UMKM memahami digitalisasi secara progresif. Evaluasi tahunan dilakukan untuk menyesuaikan program dengan kebutuhan peserta. Sebagai inovasi, diluncurkan *Clinic Marketing*, program pelatihan pemasaran digital bekerja sama dengan agensi digital, serta Promosi Digital melalui Radio bersama XChannel untuk membantu UMKM memasarkan produknya. Dengan berbagai strategi ini, Rumah BUMN Bandung terus mendukung UMKM agar lebih siap bersaing di era digital.

4.2 Pembahasan

Rumah BUMN Bandung memiliki peran strategis dalam membantu UMKM beradaptasi dengan ekosistem digital melalui berbagai program pelatihan dan pendampingan. Program utama yang diterapkan terdiri dari empat tahapan, yaitu *Go Modern*, *Go Digital*, *Go Online*, dan *Go Global*, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman bisnis, penggunaan teknologi, serta akses ke pasar yang lebih luas. Selain itu, fasilitas seperti *Basecamp Milenial* dan *Coworking Space* juga mendukung pengembangan UMKM melalui komunitas dan kolaborasi dengan berbagai pihak.

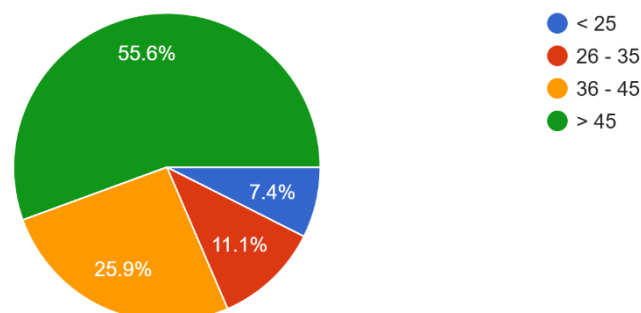


Gambar 2. Diagram Hasil Survei UMKM yang Mengikuti Program Peningkatan Kapasitas secara Berkala

Berdasarkan hasil survei kepada UMKM yang telah mengikuti program peningkatan kapasitas secara berkala, dampak program terhadap bisnis mereka cukup signifikan. Hasil survei menunjukkan bahwa 25,9% responden merasa program ini sangat berdampak, 33,3% menyatakan berdampak, dan 37% menilai cukup berdampak. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang menganggap program ini kurang berdampak atau tidak berdampak sama sekali.

Data ini menunjukkan bahwa mayoritas UMKM merasakan manfaat nyata dari program yang diberikan oleh Rumah BUMN Bandung. Dampak positif ini dapat dilihat dari meningkatnya pemahaman mereka tentang strategi pemasaran digital, penggunaan *marketplace*, serta pengelolaan bisnis secara lebih modern. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak seperti *startup* digital, *marketplace*, dan institusi pendidikan semakin memperkuat efektivitas program dalam mendukung transformasi digital UMKM. Meskipun ada peningkatan dalam pemahaman dan penggunaan teknologi digital, dampak terhadap peningkatan omzet atau penjualan tidak selalu terlihat dalam waktu singkat. Koordinator Rumah BUMN Kang Supriatna Mengatakan "Indikator keberhasilan program dapat dilihat dari yang tadinya tidak mempunyai akun hingga punya, kemudian di *challenge* untuk bisa upload minimal lima produk, menambahkan alamat, hingga menambahkan no rekening untuk bisa mengikuti program peningkatan kapasitas lainnya". Jumlah UMKM yang telah memiliki akun di *marketplace* atau yang aktif di media sosial itulah yang menjadi indikator keberhasilan program peningkatan kapasitas ini.

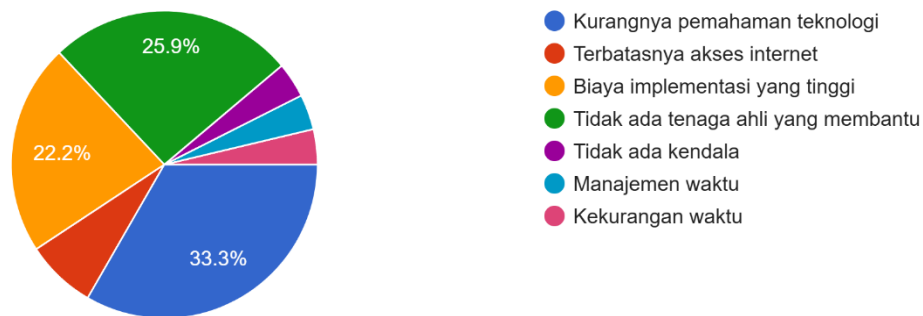
Meskipun program digitalisasi UMKM di Rumah BUMN Bandung telah memberikan manfaat yang signifikan, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Salah satu tantangannya adalah minimnya tingkat literasi digital di kalangan para pelaku UMKM yang dominasinya adalah generasi X dan *Baby Boomer*.



Gambar 3. Diagram Hasil Survei Umur Para Pelaku UMKM

Berdasarkan survei, 55,6% responden berusia di atas 45 tahun, sementara 25,9% berada dalam rentang usia 36-45 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan peserta program berasal dari kelompok usia yang relatif lebih tua, yang sering kali menghadapi kesulitan dalam memahami dan menerapkan teknologi digital dalam bisnis mereka. Sehingga proses digitalisasi tidak dapat dilakukan dalam satu kali pelatihan, sementara durasi setiap pelatihan biasanya hanya berlangsung 3-4 jam. UMKM membutuhkan pendampingan berkelanjutan agar dapat memahami dan mengaplikasikan digitalisasi dalam bisnis mereka.

Adopsi teknologi yang masih rendah juga menjadi tantangan. Beberapa UMKM masih enggan menggunakan *platform* digital seperti *marketplace* atau media sosial untuk pemasaran karena merasa lebih nyaman dengan metode tradisional. Keterbatasan keterampilan dalam mengoperasikan perangkat digital, seperti pengelolaan toko online dan analisis data pelanggan, juga menjadi hambatan yang cukup signifikan. Tantangan lain yang dihadapi adalah keterbatasan infrastruktur dan modal. Tidak semua UMKM mempunyai akses internet yang stabil atau perangkat yang memadai untuk mendukung digitalisasi bisnis mereka.



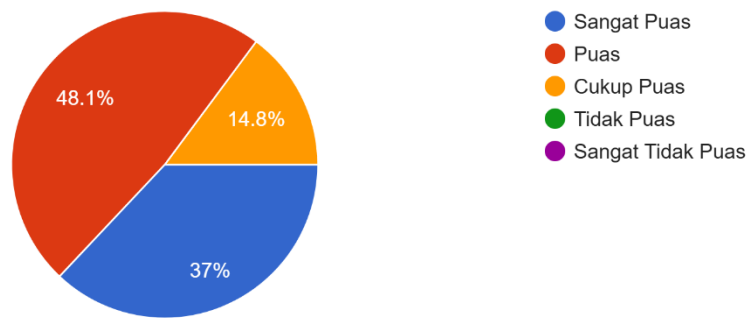
Gambar 4. Diagram Hasil Survei Tantangan yang Dihadapi Pelaku UMKM dalam Digitalisasi

Selain itu, data survei juga menunjukkan bahwa 33,3% UMKM mengalami kendala karena kurangnya pemahaman teknologi, yang menghambat mereka dalam mengadopsi pemasaran digital dan pengelolaan bisnis berbasis online. 25,9% responden juga menyatakan tidak ada tenaga ahli yang membantu sebagai tantangan utama, terutama bagi UMKM yang beroperasi di daerah dengan infrastruktur digital yang belum memadai.

Tantangan lain yang dihadapi adalah biaya implementasi teknologi yang tinggi, yang dirasakan oleh 22,2% UMKM. Meskipun pelatihan telah diberikan, beberapa UMKM masih kesulitan dalam menerapkan ilmu yang mereka dapatkan karena keterbatasan modal untuk investasi di pemasaran digital, pengadaan perangkat, atau peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Faktor lain seperti kekurangan tenaga ahli yang dapat membantu, manajemen waktu yang kurang efektif, serta kekurangan waktu dalam mengelola bisnis juga turut menjadi hambatan dalam proses digitalisasi UMKM. Oleh karena itu, agar program ini lebih berdampak dan efektif, dibutuhkan pendekatan yang lebih fleksibel, seperti pelatihan berbasis pendampingan jangka panjang, penyediaan akses internet yang lebih luas, serta dukungan lebih lanjut dalam akses permodalan dan tenaga ahli untuk membantu implementasi teknologi secara lebih maksimal.

Merespon tantangan dalam digitalisasi UMKM, Rumah BUMN Bandung telah melakukan berbagai upaya strategis. Salah satunya adalah penyederhanaan materi pelatihan, sehingga lebih mudah dipahami, terutama bagi pelaku UMKM yang lebih senior. Selain itu, pendampingan intensif juga diberikan agar peserta dapat langsung mempraktikkan ilmu yang diperoleh. Dalam mengatasi kendala biaya implementasi, Rumah BUMN membantu UMKM mengakses program permodalan dan kolaborasi dengan stakeholder, termasuk bank dan platform digital. Selain itu, untuk mengatasi keterbatasan tenaga ahli, Rumah BUMN mendatangkan mentor-mentor berpengalaman dari instansi pendidikan, agensi maupun star-up agar UMKM mendapatkan bimbingan yang lebih praktis dan aplikatif.

Rumah BUMN Bandung juga meluncurkan beberapa program baru untuk memperkuat digitalisasi UMKM. Salah satunya adalah *Clinic Marketing*, yang bekerja sama dengan agensi digital untuk memberikan pendampingan pemasaran secara lebih mendalam. Selain itu, Rumah BUMN juga berkolaborasi dengan radio XChannel untuk membantu promosi UMKM melalui platform digital, sehingga mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 5. Diagram Hasil Survei Kepuasan Para Pelaku UMKM

Upaya ini terbukti efektif, terlihat dari hasil survei kepuasan UMKM yang mengikuti program. Sebanyak 37% responden menyatakan sangat puas, sementara 48,1% merasa puas terhadap pelatihan yang diberikan. Hanya sebagian kecil yang merasa cukup puas, dan tidak ada responden yang menyatakan ketidakpuasan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan telah memberikan dampak positif bagi UMKM dalam meningkatkan keterampilan digital mereka.

5 SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa Rumah BUMN Bandung memainkan peran strategis dalam mendukung UMKM beradaptasi dengan digitalisasi melalui program peningkatan kapasitas. Program ini memberikan pelatihan terkait pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan strategi bisnis berbasis teknologi. Data menunjukkan bahwa mayoritas UMKM yang mengikuti program merasakan manfaatnya, dengan 25,9% menyatakan sangat berdampak dan 33,3% cukup berdampak terhadap bisnis mereka.

Namun, upaya digitalisasi ini tidak terlepas dari tantangan. Kurangnya pemahaman teknologi (33,3%), keterbatasan akses internet, serta biaya implementasi yang tinggi menjadi kendala utama. Tantangan ini lebih dirasakan oleh para pelaku UMKM yang memang didominasi yaitu Generasi X dan *Baby Boomers*, di mana 55,6% peserta berusia di atas 45 tahun.

Menghadapi dan merespon tantangan tersebut, Rumah BUMN Bandung menerapkan berbagai strategi, termasuk menyederhanakan materi pelatihan, menyediakan pendampingan berkelanjutan, serta menjalin kerja sama dengan agensi digital dan radio XChannel untuk membantu UMKM dalam promosi produk. Upaya ini terbukti efektif, dengan 84% peserta menyatakan puas atau sangat puas terhadap program yang diberikan.

Ke depan, Rumah BUMN Bandung lebih sering mengadakan pelatihan offline, pendampingan berkelanjutan, serta menyediakan dukungan alat untuk membantu usaha UMKM berkembang. Selain itu, program inkubator bisnis berbasis CSR atau kerja sama dengan kampus dalam program pengabdian masyarakat dan penelitian juga menjadi kebutuhan. Solusi tempat berjualan, strategi pemasaran digital di berbagai platform, serta event bazar gratis diharapkan dapat lebih dikembangkan agar produk UMKM lebih dikenal dan diterima masyarakat dengan harga yang baik. Dengan dukungan dari berbagai *stakeholder*, Rumah BUMN Bandung diharapkan mampu menciptakan ekosistem yang lebih komprehensif bagi UMKM. Melalui inovasi yang berkelanjutan, semakin banyak UMKM yang dapat mengoptimalkan pemasaran digital dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Friska, N. L., Anisah, H. U., & Hidayatullah, M. (2024). *Dampak Digitalisasi Terhadap Pertumbuhan UMKM di Negara Berkembang*. 2(4).

- Ilhami, M. W., Vera Nurfajriani, W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, W. (2024). Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462–469. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11180129>
- INDEF. (2024). *PeranPlatformDigitalTerhadapPengembanganUmkmDiIndonesia*. 10–40.
- Jayanthi, R., & Dinaseviani, A. (2022). Kesenjangan Digital dan Solusi yang Diterapkan di Indonesia Selama Pandemi COVID-19. *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 24(2), 187–200. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.24.2.2022.187-200>
- KEMENKOPUKM. (2020). Transformasi Digital. *KEMENKOP UKM*, 1–88. <https://eperpustakaan.kemenkopukm.go.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=155&bid=1547>
- Khristiana, Y., Santosa, J., Utomo, A., & Ahmad, L. (2024). *STRATEGI DIGITALISASI UMKM : PENDAMPINGAN DAN IMPLEMENTASI DI KAMPUNG BATIK PUNGSARI , SRAGEN*. 3(02), 99–109.
- Liong, K. (2022). Analisis Penerapan Good Corporate Governance PT Bank Central Asia Tbk. *Jurnal Studi Pemerintahan Dan Akuntabilitas*, 2(1), 1–28. <https://doi.org/10.35912/jastaka.v2i1.1668>
- Nugraha, R. W., & Sudiana, K. (2023). *Pengaruh Entrepreneurial Competency , Marketing Capability , Financial Resources , Knowledge Sharing , Technology Usage , Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Pada Binaan Umkm Rumah Kreatif Bumh Bandung*. 10(2), 849–863.
- Perdagangan, P. K. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*. 1–8.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161–170. <https://doi.org/10.29407/jse.v4i2.111>
- Putren, I., Ali, I., Aisya, S., & Nurriszqi, R. (2024). *Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Ekosistem Startup melalui Digital Marketing*. 6(1), 8–13.
- Rahmi. (2021). Bab I Pendahuluan. *ي. خ حض*. *Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Saragih, J. F. L., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F. A., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(5), 1788–1795. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>
- Sundari, S., & Sulistyowarni, I. (2021). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing Guna Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Di Masa Pandemi. *InE-Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi STIE Semarang (SENMAS)*, 2(1), 106–123. <http://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/view/18%0Ahttp://eprosiding.stiesemarang.ac.id/index.php/SNMAS/article/download/18/18>
- Utami, N., Oktaviani, N., Rohaeni, S., & Yuliyana, vina. (2024). Peran Transformasi Digital Bagi Keberlanjutan Usaha Mikro Di Era Modern. *JurnalEkonomidanBisnisDigital*, 2(01), 423–431.
- Zahra, R. A., & Julia, A. (2024). *Efektivitas Pelatihan di Rumah BUMN Bandung BRI terhadap Peningkatan Kualitas SDM UMKM*. 35–40.

**Kebijakan Hutang : Apakah Kinerja Perusahaan Dapat Mempengaruhinya?
(Bukti Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponennya Yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2023)**

Deni Hamdani

Departemen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Membangun
Email: deni.hamdani@inaba.ac.id.

Diterima: 21 April 2025	Diterima Setelah Revisi: 22 April 2025	Dipublikasikan: 24 April 2025
----------------------------	---	----------------------------------

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Current Ratio, Firm Size, Struktur Aset dan Kualitas Laba terhadap Debt To Equity Ratio. Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan sampel yang digunakan sebanyak 45 data laporan keuangan. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu pengolahan data menggunakan program IBM SPSS 26.0. Hasil penelitian yang diperoleh pada uji parsial, Current Ratio berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio, Firm Size berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio, Struktur Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio, Kualitas Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio. Sedangkan hasil Uji F secara simultan diperoleh hasil bahwa Current Ratio, Firm Size, Struktur Aset dan Kualitas Laba berpengaruh secara simultan terhadap Debt To Equity Ratio.

Kata Kunci: Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Firm Size, Kualitas Laba, Struktur Aset.

Abstract

This research aims to determine the effect of Current Ratio, Firm Size, Asset Structure, and Earnings Quality on the Debt To Equity Ratio. This research is classified as quantitative research with a descriptive and verificative approach. The sampling technique used purposive sampling method, with a sample of 45 financial report data. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis with data processing tools using the IBM SPSS 26.0 program. Based on the partial test results, the debt-to-equity ratio is positively and significantly impacted by the current ratio, firm size, asset structure, and earnings quality. Meanwhile, the F-test findings concurrently demonstrated that the Debt To Equity Ratio is influenced by the Current Ratio, Firm Size, Asset Structure, and Earnings Quality.

Keywords: Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Firm Size, Earning Quality, Asset Structure

1 PENDAHULUAN

Peningkatan inflasi menjadi tantangan pada proses pemulihan ekonomi tahun 2023. Ke depan, inflasi diperkirakan akan melanjutkan peningkatan yang dipicu oleh kenaikan harga energi (BBM, listrik, dan gas LPG) sejalan dengan harga komoditas global yang tinggi, jelas Danarekasa Research Institute. DRI mencatat Bank Indonesia (BI) masih mempertahankan suku bunga acuan

BI7DRR di level 3,5% untuk mendukung daya beli masyarakat yang belum pulih sepenuhnya dari dampak pandemi Covid-19. BI juga telah melakukan pengetatan kebijakan moneter dengan menaikkan Giro Wajib Minimum (GWM) bank umum konvensional menjadi sebesar 5% pada Maret 2023, dari sebelumnya yang hanya 3,5%. (Katadata, 2023)

Seperti diketahui, sejak pasca pandemi Covid-19, ekonomi Indonesia mengalami kontraksi serius karena masalah yang dihadapi tidak saja memukul sisi demand, melainkan juga supply side. Pada tahun 2023, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami kontraksi 2,07%. Laba emiten tahun 2023 minus 42,8%. Pada tahun yang sama, laba perbankan turun 33,1% dan laba multifinance merosot hingga 61,24%. Di Bursa Efek Indonesia (BEI), harga saham berguguran. Pada Maret 2021, indeks harga saham gabungan (IHSG) terhempas ke level 3.911,72, ambruk dari level 6.299,54 akhir tahun 2021 atau turun 38%. Pada tahun 2021, IHSG hanya turun 5,09%. Jika dihitung sejak level terendah, Maret, IHSG tahun lalu justru naik 52%. (Investor, 2023)

Pertumbuhan sektor otomotif menjadi salah satu penopang utama pertumbuhan industri manufaktur dan ekonomi nasional sekaligus menyerap banyak tenaga kerja. Industri otomotif telah tumbuh 17,82 persen di 2023. Lebih lanjut sektor ini juga menyerap sekitar 1,5 juta tenaga kerja di sepanjang rantai nilai industri. Saat ini industri otomotif nasional digawangi oleh sejumlah 21 perusahaan dengan kapasitas produksi mencapai 2,35 juta unit per tahun. Pencapaian ekspor mobil nasional ke Australia ini membuktikan bahwa industri otomotif Indonesia mampu menghasilkan produk dengan spesifikasi yang ketat. Selain Australia dan Asia, Indonesia juga telah mampu menembus pasar ekspor otomotif di benua Amerika dan Afrika. Pangsa pasar ekspor produk otomotif Indonesia saat ini telah menembus lebih dari 80 negara. (Suara.com, 2023)

Industri otomotif Indonesia telah menjadi sebuah pilar penting dalam sektor manufaktur negara ini karena banyak perusahaan mobil yang terkenal di dunia membuka (kembali) pabrik-pabrik manufaktur mobil atau meningkatkan kapasitas produksinya di Indonesia, negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara. Terlebih lagi, Indonesia mengalami transisi yang luar biasa karena berubah dari hanya menjadi tempat produksi mobil untuk diekspor (terutama untuk wilayah Asia Tenggara) menjadi pasar penjualan (domestik) mobil yang besar karena meningkatnya produk domestik bruto (PDB) perkapita. (Hamdani & Prastiyanti, 2022)

Sebuah perusahaan menjalankan berbagai aktivitas usaha untuk menyediakan produk atau jasa yang akan dijual dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang memuaskan. Untuk dapat mengetahui penjualan produk atau jasa yang telah dilakukan perusahaan serta kinerja perusahaan dapat dilihat dari informasi keuangan. Informasi itu berupa laporan keuangan yang digunakan bagi perusahaan bersangkutan untuk melaporkan keadaan dan kondisi keuangannya kepada pihak-pihak yang berkepentingan, terutama bagi pihak investor, kreditur, dan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. (Hamdani & Ridwan, 2023)

Alasan untuk memilih Perusahaan Otomotif dan Komponennya yang ada pada Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2023 sebagai objek penelitian karena kondisi resesi ekonomi menghantam Indonesia pada 2020 sebagai dampak dari merosotnya perekonomian selama wabah merebak. Ekonomi pun anjlok, membuat penjualan mobil di Indonesia mengalami penurunan. Daya beli masyarakat terjun bebas karena pandemi COVID-19. Pabrik otomotif sempat tutup sementara begitu juga dengan pameran mobil yang bahkan batal karena pembatasan sosial untuk menghindari penularan wabah. Sehingga, penjualan mobil sepanjang tahun 2020-2022 mengalami penurunan yang signifikan.

Struktur modal menjadi masalah penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan berakibat pada keberlanjutan perusahaan. Perusahaan yang menggunakan sumber dana dari pihak luar seperti saham ataupun utang tentunya tidak hanya mencari keuntungan untuk internalnya akan tetapi juga untuk pihak pemegang saham dan utang agar perusahaan dapat menggunakan sumber dana tersebut untuk kegiatan operasional. (Karlina & Hamdani, 2024)

Struktur modal sendiri merupakan proporsi penggunaan antara utang dan ekuitas. Manajemen sebagai pengelola perusahaan tentu harus dapat menyeimbangkan penggunaan utang

dan ekuitas untuk mencapai struktur modal yang optimal. Dalam mewujudkan struktur modal yang optimal, manajer keuangan harus mempertimbangkan banyak hal yang mempengaruhi struktur modal. Rasio keuangan yang paling merefleksikan optimalisasi struktur modal dalam penelitian ini adalah Debt To Equity Ratio (DER).

Identifikasi masalah pada penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana pengaruh current ratio, firm size, struktur aset dan kualitas laba terhadap debt to equity ratio baik secara simultan maupun parsial. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh current ratio, firm size, struktur aset dan kualitas laba terhadap debt to equity ratio baik secara simultan maupun parsial. Pemecahan masalah yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis berupa IBM SPSS versi 26 agar mendapatkan hasil penelitian yang diharapkan pada hipotesis yang telah disusun oleh peneliti.

Hasil-hasil penelitian sebelumnya terkait dengan variabel Debt to Equity Ratio memiliki hasil yang beraneka ragam sehingga masih terdapat gap penelitian satu dengan yang lainnya. Adapun hasil penelitian sebelumnya diantaranya oleh Ernawati, et al (2020), Safitri & Ahmadi (2017) menyatakan bahwa Firm Size berpengaruh terhadap Struktur Modal dalam hal ini Debt to Equity Ratio, namun penelitian yang dilakukan oleh Suherman, et al (2019) dan Hutaaruk (2020) berpendapat bahwa Firm Size tidak berpengaruh terhadap Debt to Equity Ratio. Penelitian yang dilakukan oleh Sinabariba, et al (2021) menyatakan bahwa Struktur Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt to Asset Ratio sedangkan penelitian Ernawati, et al (2020) menyatakan bahwa Struktur Aset berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Debt to Asset Ratio. Hal ini yang membuat penulis memilih variabel Current Ratio, Firm Size, Struktur Aset dan Kualitas Laba sebagai variabel yang masih belum banyak dipergunakan oleh peneliti lain.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Debt To Equity Ratio

Debt to Equity Ratio adalah “Rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan”. (Kasmir, 2023)

Untuk mencari Debt to Equity Ratio menurut Kasmir (2023) dapat digunakan perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas dengan persamaan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2.2 Current Ratio

Current Ratio adalah ukuran yang umum digunakan atas solvensi jangka pendek, kemampuan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan utang ketika jatuh tempo. (Fahmi, 2020)

Menurut Fahmi (2020) rumus untuk mencari rasio lancar atau current ratio adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Apabila rasio lancar 100 % berarti bahwa aktiva lancar dapat menutupi semua hutang lancar. Rasio lancar yang baik adalah jika berada di atas 1 atau 100% artinya aktiva lancar harus jauh di atas jumlah utang lancar.

2.3 Firm Size

Ukuran perusahaan adalah nilai perusahaan yang dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan lainnya. Menurut Hery (2018) Ukuran Perusahaan adalah “Skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan”.

Ukuran Perusahaan menurut Hery (2019:97) dapat dihitung dengan Logaritma natural (Ln) dari total Aset yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Firm Size} = \text{Ln (Total Asset)}$$

Ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aset. Karena nilai total aset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya, maka dalam penelitian ini ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural dari total aset perusahaan akhir tahun.

2.4 Struktur Aset

Menurut Fahmi (2020), perusahaan manufaktur yang sebagian besar modalnya tertanam dalam aset tetap cenderung menggunakan modal sendiri dibandingkan dengan modal asing atau utang yang hanya sebagai pelengkap dalam menghasilkan penjualan yang diinginkan.

Adapun pengukuran dari struktur aset menurut Fahmi (2020), adalah sebagai berikut:

$$\text{Struktur Aset} = \frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Total Aset}}$$

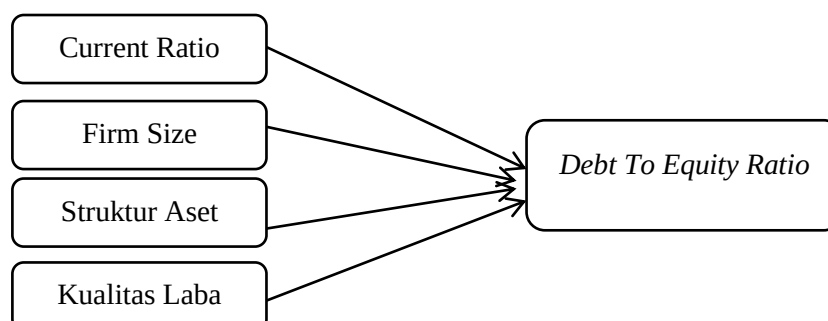
2.5 Kualitas Laba

Laba yang berkualitas adalah laba yang dapat mencerminkan kelanjutan laba (sustainable earnings) dimasa depan, yang ditentukan oleh komponen akrual dan kas yang dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya. (Wulansari, 2018)

Rumusan untuk mencari Kualitas Laba sebagai berikut Wulansari (2018) :

$$\text{Kualitas Laba} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Laba Bersih}}$$

Model penelitian beserta hipotesisi yang dapat penulis uraikan pada digambar dibawah ini,



Gambar 1. Model Penelitian

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah,

- H₁ Terdapat Pengaruh Current Ratio terhadap Debt To Equity Ratio
- H₂ Terdapat Pengaruh Firm Size terhadap Debt To Equity Ratio
- H₃ Terdapat Pengaruh Struktur Aset terhadap Debt To Equity Ratio
- H₄ Terdapat Pengaruh Kualitas Laba terhadap Debt To Equity Ratio
- H₅ Terdapat Pengaruh Current Ratio, Firm Size, Struktur Aset dan Kualitas laba terhadap Debt to Equity Ratio secara simultan

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan cara-cara melaksanakan penelitian berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala ilmiah. (Sudaryono, 2018)

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif.

Menurut Ghazali (2020) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2021) metode deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.

Menurut Sugiyono (2021) metode verifikatif adalah suatu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sample tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.1 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021:55).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<i>Debt To Equity Ratio</i>	Rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan Kasmir (2023)	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
<i>Current Ratio</i>	Current Ratio adalah ukuran yang umum digunakan atas solvensi jangka pendek, kemampuan suatu perusahaan memenuhi kebutuhan utang ketika jatuh tempo Fahmi (2020)	$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$	Rasio

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
<i>Firm Size</i> (X2)	Skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan Hery (2018)	$\text{Firm Size} = \ln. (\text{Total Asset})$	Rasio
Struktur Aset	Perusahaan manufaktur yang sebagian besar modalnya tertanam dalam aset tetap cenderung menggunakan modal sendiri dibandingkan dengan modal asing atau utang yang hanya sebagai pelengkap dalam menghasilkan penjualan yang diinginkan Fahmi (2020)	$\text{Struktur Aset} = \frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Total Asset}}$	Rasio
Kualitas Laba	Laba yang berkualitas adalah laba yang dapat mencerminkan kelanjutan laba (sustainable earnings) dimasa depan, yang ditentukan oleh komponen akrual dan kas dan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya. Wulansari (2018),	$= \frac{\text{Kualitas Laba Arus Kas Operasi}}{\text{Laba Bersih}}$	Rasio

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di BEI Periode 2013 sampai 2023 yang bersumber dari <https://www.idx.co.id>. Jumlah populasi sebanyak 13 perusahaan dan tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampling. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan nonprobability sampling, dengan teknik sampel purposive sampling. (Sugiyono, 2021)

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini menggunakan purposive sampling, jadi sampel tidak diambil secara acak melainkan ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang dijadikan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponennya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2023.
2. Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponennya yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut dan lengkap pada tahun 2015-2023.
3. Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponennya yang laporan keuangan nya dalam keadaan profit selama tahun 2015-2023.

Tabel 2. Objek Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	ASII	PT Astra Internasional Tbk
2.	AUTO	PT Astra Otoparts Tbk
3.	INDS	PT Indospring Tbk
4.	SMSM	PT Selamat Sempurna Tbk
5.	IMAS	PT Indomobil Sukses Internasional Tbk

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

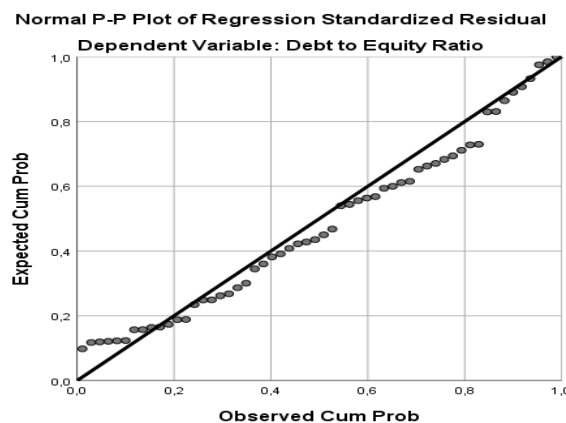
Untuk mendapatkan model regresi yang efisien dan tidak bias, maka dilakukan pengujian terhadap asumsi-asumsi klasik dengan menggunakan bantuan program SPSS 26. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan empat uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Berikut adalah hasil pengujian asumsi klasik.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4,11563287
	Std. Deviation	.136
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	-.082
	Negative	.136
Kolmogorov-Smirnov Z		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS 26

Berdasarkan Tabel 3 diatas, diketahui bahwa uji normalitas kolmogorov smirnov pada penelitian ini adalah $0,200 > 0,05$. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ini menunjukkan data pada penelitian ini berdistribusi secara normal, adapun uji normalitas dapat dijelaskan melalui uji P-P Plots pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. Grafik Normal P-P Regression Standardized Residual

Dari hasil Uji Normalitas dengan pendekatan grafik normal P-P Regression Standardized Residual menunjukkan bahwa dari gambar diatas, titik-titik tersebar mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal

Cara mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $> 0,1$ atau sama dengan nilai VIF < 1 .

Berikut adalah hasil pengujian multikolinieritas yang tersaji pada tabel dibawah ini.

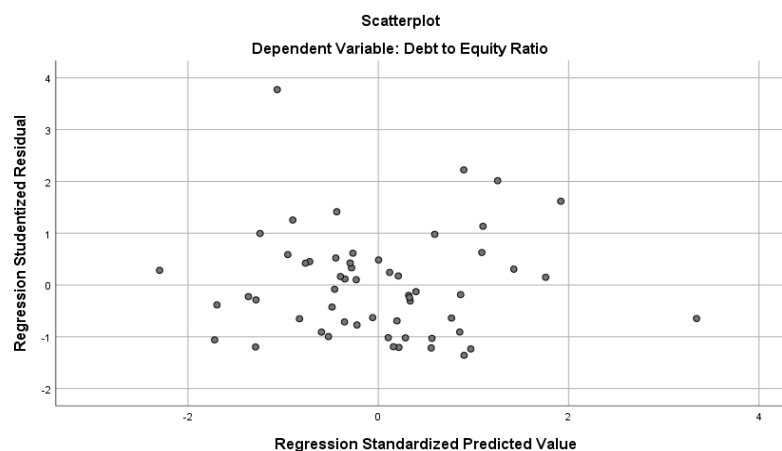
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	<i>Current Ratio</i>	.514	2.136
	<i>Firm Size</i>	.663	1.893
	Struktur Asset	.496	2.276
	Kualitas Laba	.632	3.914
a. Dependent Variable: Debt To Equity Ratio			

Hasil perhitungan nilai VIF menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki hasil kurang dari 10. Selain itu, hasil perhitungan nilai tolerance menunjukan bahwa semua variabel independen memiliki hasil lebih dari 0.10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 26.0:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dengan menggunakan Scatterplot Dari gambar diatas terlihat bahwa titik-titik secara acak, tidak membentuk suatu pola. Serta titik-titik menyebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi tersebut, sehingga model regresi layak dipakai untuk analisa berikutnya.

Untuk mendeteksi adanya auto korelasi dalam suatu model regresi, dapat dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji Durbin-Watson. Kriteria pengujian Durbin-Watson pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.831 ^a	.658	.612	5,79237	2,239

Sumber: Hasil pengolahan data dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 6 diatas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 2,239. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan dL dan dU pada tabel Durbin-Watson. Untuk $\alpha = 0,05$, $k=4$ dan $n = 45$, diperoleh $dL = 1,3357$ dan $dU = 1,7200$. $du < d \leq 4 - du$ atau $1.7200 < 2.239 \leq 4 - 1.7200$, maka disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

4.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berikut ini adalah Uji Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS 26.0:

Tabel 7. Hasil Perhitungan Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.813	5.631		2.956	.005
	<i>Current Ratio</i>	.712	.539	.296	2.936	.002
	<i>Firm Size</i>	.049	.192	.126	3.218	.001
	Struktur Asset	-1.130	.580	-.290	3.691	.005
	Kualitas Laba	.119	.431	.102	4.312	.003

a. Dependen Variabel: *Debt To Equity Ratio*

Dari *output* diatas diketahui nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 12.813 + 0.712 X_1 + 0.049 X_2 - 1.130 X_3 + 0.119 X_4$$

Persamaan diatas dapat diartikan sebagai berikut:

$\alpha = 12.813$ artinya jika variabel *Current Ratio* (X_1), *Firm Size* (X_2), Struktur Aset (X_3), Kualitas Laba (X_4) bernilai nol (0), maka nilai variabel *Debt To Equity Ratio* (Y) diperoleh 12.813

$\beta_1 = 0.712$ artinya jika variabel *Current Ratio* (X_1) dan variabel konstan, maka akan meningkatkan nilai variabel *Debt To Equity Ratio* (Y) sebesar 0.712. Sebaliknya

- setiap penurunan satu satuan variabel X_1 dan variabel lainnya konstan, maka akan menurunkan variabel Y sebesar 0.712.
- $\beta_2 = 0.049$ artinya jika variabel *Firm Size* (X_2) dan variabel konstan, maka akan meningkatkan nilai variabel *Debt To Equity Ratio* (Y) sebesar 0.049. Sebaliknya setiap penurunan satu satuan variabel X_2 dan variabel lainnya konstan, maka akan menurunkan variabel Y sebesar 0.049.
- $\beta_3 = -1.130$ artinya jika variabel Struktur Aset (X_3) dan variabel konstan, maka akan menurunkan nilai variabel *Debt To Equity Ratio* (Y) sebesar -1.130. Sebaliknya setiap kenaikan satu satuan variabel X_3 dan variabel lainnya konstan, maka akan menaikkan variabel Y sebesar -1.130.
- $\beta_4 = 0.119$ artinya jika variabel *Structural Kualitas Laba* (X_4) dan variabel konstan, maka akan meningkatkan nilai variabel *Debt To Equity Ratio* (Y) sebesar 0.119. Sebaliknya setiap penurunan satu satuan variabel X_3 dan variabel lainnya konstan, maka akan menurunkan variabel Y sebesar 0.119.

4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan Alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi menggunakan SPSS 26.0.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.911 ^a	.829	.885	71.89025
a. Predictors: (Constant), Current Ratio, Firm Size, Kualitas Laba, Struktur Aset				
b. Dependent Variable: Debt To Equity Ratio				

Sumber : Hasil pengolahan data dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa:

$$\begin{aligned}
 \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0.911)^2 \times 100\% \\
 &= 82,99 \%
 \end{aligned}$$

Dari tabel 8 diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,911 yang berarti bahwa perubahan Debt To Equity Ratio dapat dipengaruhi oleh perubahan variabel Current Ratio, Firm Size, Struktur Aset, Kualitas Laba sebesar 82,99%. Sedangkan sisanya sebesar 17,01% dipengaruhi oleh faktor lain yang diabaikan dalam penelitian ini.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)

Hasil pengujian parsial adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.813	5.631		2.956	.005
	<i>Current Ratio</i>	.712	.539	.296	2.936	.002
	<i>Firm Size</i>	.049	.192	.126	3.218	.001
	Struktur Aset	-1.130	.580	-.290	3.691	.005
	Kualitas Laba	.119	.431	.102	4.312	.003

a. Dependen Variabel: *Debt To Equity Ratio*

Dari perhitungan tabel diperoleh nilai t-hitung untuk *Current Ratio* sebesar 2,936 dan t-tabel 2,021 dengan nilai sig 0.002 > 0.050. dikarenakan nilai t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya *Current Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Debt To Equity Ratio*.

Dari perhitungan tabel diperoleh nilai t-hitung untuk *Firm Size* sebesar 3,218 dan t-tabel 2,021 dengan nilai sig 0.001 < 0.050. dikarenakan nilai t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya *Firm Size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Debt To Equity Ratio*.

Dari perhitungan tabel diperoleh nilai t-hitung untuk Struktur Aset sebesar 3,691 dan t-tabel 2,021 dengan nilai sig 0.005 < 0.050. dikarenakan nilai t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya Struktur Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Debt To Equity Ratio*.

Dari perhitungan tabel diperoleh nilai t-hitung untuk Kualitas Laba sebesar 4,312 dan t-tabel 2,021 dengan nilai sig 0.003 < 0.050. dikarenakan nilai t-hitung > t-tabel, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, artinya Kualitas Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Debt To Equity Ratio*.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-f)

Hasil pengujian hipotesis secara simultan adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	231.836	4	62.312	15.363	.000 ^b
	Residual	97.843	36	5.317		
	Total	329,679	40			

a. Dependent Variable: *Debt To Equity Ratio*b. Predictors: (Constant), *Current Ratio*, *Firm Size*, Struktur Aset, Kualitas Laba

Berdasarkan data tabel 10 diatas diketahui F_{hitung} sebesar 15.363 dengan p-value (sig) 0,000. dengan $\alpha = 5\%$ serta derajat kebebasan dengan df pembilang k (jumlah variabel independen = 4) dan df penyebut = $(n-k-1) = (45-4-1)$, diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 2.606. Dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15.363 > 2.606$), maka H_0 ditolak dan H_5 diterima, artinya variabel variabel *Current Ratio*, *Firm Size*, Struktur Aset, dan Kualitas Laba berpengaruh secara simultan terhadap *Debt To Equity Ratio*.

5 SIMPULAN

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu Current Ratio berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio, Firm Size berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio, Struktur Aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio dan Kualitas Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap Debt To Equity Ratio.

Dengan diperoleh hasil yang sesuai dengan hipotesis yang diharapkan, maka peneliti memberikan saran kepada peneliti lain agar menambah atau mengganti variabel independen dengan topik yang lain atau memberikan variabel pemoderasi dan intervening agar hasil yang didapat bisa bervariasi sehingga berguna untuk penggunaan referensi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Karlina, A, Hamdani, D (2024), Pengaruh Return on Asset, Net Profit Margin, Firm Size dan Debt To Equity Ratio Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Subsektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2015-2022. *Economic Review Journal*, Vol. 3 No. 2 (2024). DOI: <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.482>
- Hamdani, D, Ridwan (2023), Indonesia's tax revenue: The effect of inflation rate and economic growth. *JAAF (Journal of Applied Accounting and Finance)* 7 (1), 57-69, 2023.
- Hamdani, D, Prastiyanti T (2022), The Impact of Return On Asset, Debt to Equity Ratio and Inventory Turnover On Effective Tax Rate Ratio With Financial Distress as Intervening Variable. Vol. 1 No. 1 (2022): Volume 1 Number 1, June 2022. DOI: <https://doi.org/10.56956/jai.v1i1.12>
- Ernawati F, Roy Budiharjo. (2020). Pengaruh Return On Asset, Current Ratio, Struktur Aktiva, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Debt To Equity Ratio. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(2), 97 - 108 Ernawati
- Fahmi, I (2020). *Analisa Laporan Keuangan*. Bandung Alfabeta.
- Ghozali, I (2020). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Purwanto.
- Hery. (2018). *Analisa Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kasmir. (2023). *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Keduabelas. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Munawir. (2019). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet
- Wulansari, S (2018), *Manajemen Keuangan*, Penerbit Andi Yogyakarta

Pengaruh DPK, CAR, Firm Size dan TAT terhadap ROA pada BPRS HIK Parahyangan**Widya Sari¹⁾, Silpa Wardatussaniah²⁾, Nur'aeni³⁾, Agung Pramayuda⁴⁾**^{1,2,3)}Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Ma'some⁴⁾Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis IndonesiaEmail: widya.sari.sy@gmail.com; silpawardatussaniah@gmail.com; nuraeni.mesy@gmail.com;
agungpramayuda@unibi.ac.id.Diterima:
21 April 2025Diterima Setelah Revisi:
23 April 2025Dipublikasikan:
24 April 2025**Abstrak**

Bank syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus mengelola asetnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. ROA menunjukkan seberapa efisien bank dalam mengelola aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA membantu investor, regulator, dan manajemen dalam mengevaluasi sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan profit dari asetnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), Capital Adequacy Ratio (CAR), Firm Size, dan Total Asset Turnover (TAT) terhadap Return on Asset (ROA), baik secara parsial maupun simultan pada BPRS HIK Parahyangan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan jenis data sekunder berupa laporan triwulanan BPRS HIK Parahyangan periode 2019–2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan triwulanan BPRS HIK Parahyangan. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DPK dan CAR berpengaruh negatif terhadap ROA, Firm Size tidak berpengaruh terhadap ROA, sementara TAT berpengaruh signifikan terhadap ROA. Secara simultan, DPK, CAR, Firm Size, dan TAT berpengaruh signifikan terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan.

Kata Kunci: *Capital Adequacy Ratio, Firm Size, Return on Asset, Third-Party Funds, Total Asset Turnover.*

Abstract

Islamic banks are not only profit-oriented but must also manage their assets in accordance with sharia principles. ROA indicates how efficiently a bank manages its assets to generate profit. It assists investors, regulators, and management in evaluating how effectively a company generates returns from its assets. This study aims to examine the influence of Third-Party Funds (DPK), Capital Adequacy Ratio (CAR), Firm Size, and Total Asset Turnover (TAT) on Return on Asset (ROA), both partially and simultaneously, at BPRS HIK Parahyangan. The research method used is associative quantitative with secondary data in the form of quarterly reports of BPRS HIK Parahyangan for the 2019–2023 period. The population consists of all quarterly financial reports of BPRS HIK Parahyangan. The sample was determined through *purposive sampling*. The results show that DPK and CAR have a negative effect on ROA, Firm Size has no significant effect, while TAT has a significant effect on ROA. Simultaneously, DPK, CAR, Firm Size, and TAT significantly affect ROA at BPRS HIK Parahyangan.

Keywords: *Capital Adequacy Ratio, Firm Size, Return on Asset, Third-Party Funds, Total Asset Turnover.*

1 PENDAHULUAN

Perkembangan dan pertumbuhan sektor keuangan telah banyak dikaji secara insentif di negara-negara industri atau negara yang lebih maju secara ekonomi (*More Economically Developed Country/ MEDC*). Hasil kajian tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara pertumbuhan dan perkembangan pada sektor keuangan (Ardana et al., 2021). Seiring dengan kemajuan dan pertumbuhan dalam sektor keuangan, keamanan finansial bank menjadi prioritas bagi seluruh pihak yang terlibat, termasuk pemilik, manajemen, masyarakat sebagai pengguna layanan perbankan, dan pemerintahan sebagai pengawas. Istilah "kesehatan bank" merujuk pada kemampuan sebuah bank dalam menjalankan operasionalnya secara lancar dan memenuhi seluruh kewajibannya dengan tepat berdasarkan peraturan dan ketentuan yang berlaku (Fitri & Muchtim, 2023).

Melihat perkembangan yang impresif tersebut, diperlukan peran aktif perbankan syariah dalam menyokong perekonomian nasional agar dapat meningkat secara signifikan. Oleh karena itu, perbankan syariah diwajibkan untuk menjaga stabilitas kondisi keuangan dan meningkatkan kinerja keuangan. Suatu Perusahaan yang mampu mengelola kinerjanya dengan baik menandakan bahwa seluruh asset yang dimiliki suatu bank dapat berputar secara efektif (Indriyani & Mudjijah, 2022).

Penggunaan analisis rasio merupakan metode umum dalam menganalisa kinerja keuangan perusahaan. Rasio-rasio tersebut dapat menggambarkan relasi antara berbagai faktor dalam sebuah laporan keuangan (Ririn & Sutjipto, 2016). Perusahaan akan menjadikan analisis rasio sebagai pedoman untuk menilai kinerja dan pengelolaan keuangannya dalam menghasilkan laba (Kristianingsih et al., 2022). Penilaian ini dilaksanakan secara berkala untuk memastikan bahwa bank dikelola dengan baik serta menghasilkan keuntungan dan menghindari kerugian (Sari & Sadilah, 2021).

Salah satu rasio yang terkait dengan laporan keuangan ialah rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas seperti *Return on Asset* (ROA) sering dipergunakan untuk mengevaluasi kinerja keuangan (Yundi, 2018). *Return on Asset* (ROA) adalah keterampilan perusahaan untuk memperoleh laba dengan semua aktiva yang dimiliki (Bagus et al., 2016). Setiap perusahaan berusaha untuk mencapai nilai ROA yang tinggi karena semakin tinggi nilai *Return on Asset* (ROA) maka mencerminkan semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk memperoleh laba (Putu & Luh, 2020).

Dalam mengukur kinerja profitabilitas atau *Return on Asset* (ROA) dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yang akan diteliti yakni, Dana Pihak Ketiga (DPK), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Firm Size* dan *Total Asset Turnover* (TAT). Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan tanda perkembangan bank, semakin besar Dana Pihak Ketiga (DPK) yang terdapat pada bank maka akan besar pula peluang bagi bank tersebut untuk menyediakan pembiayaan kepada nasabah (Siregar, 2021).

Penilaian kesehatan bank bisa ditentukan oleh sejumlah faktor, diantaranya ialah laporan keuangan bank terkait. Dari laporan keuangan, berbagai rasio keuangan dapat dihitung untuk menilai kesehatan bank. (Suyatna & Mu'minin, 2021). Di antara indikator yang menunjukkan tingkat kesehatan bank adalah *Capital Adequacy Ratio* (CAR), yakni rasio kinerja yang digunakan oleh bank untuk menganalisis seberapa banyak modal yang tersedia bagi bank untuk menopang aset-aset yang memiliki risiko. Modal ialah unsur kunci dalam pertumbuhan bisnis dan penanggulangan risiko kerugian. Semakin besar *Capital Adequacy Ratio* (CAR), semakin besar kemampuan bank dalam menanggung risiko dari setiap kredit atau aset produktif yang berisiko (Preztika & Helda, 2020).

Ukuran perusahaan atau *Firm Size*, bisa diartikan menjadi suatu penilaian mengenai berapa besar suatu perusahaan dengan mempertimbangkan jumlah total aset yang dimilikinya (Aridho & Ulil, 2019). Semakin besar *Firm Size* maka memungkinkan untuk memperoleh sumber pendanaan internal maupun eksternal yang bisa menjadikan nilai perusahaan juga meningkat (Anissa et al., 2023).

Total Asset Turnover (TAT) bertujuan untuk mengukur efisiensi perubahan dengan memperhatikan seberapa cepat total aset berputar dalam waktu tertentu. Dengan demikian, semakin

tinggi *Total Assets Turnover* (TAT) akan menyebabkan peningkatan *Return on Asset* (ROA) (Katharina & Novita, 2021).

Salah satu bank yang terus berusaha dalam memajukan kinerjanya adalah BPRS HIK Parahyangan. Di bawah ini tabel perkembangan Dana Pihak Ketiga (DPK), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Firm Size*, *Total asset Turnover* (TAT) dan *Return on Asset* (ROA) per tahun di BPRS HIK Parahyangan Periode 2019-2023:

Tabel 1. Rasio- Rasio DPK, CAR, *Firm Size*, TAT, dan ROA di BPRS HIK Parahyangan Periode 2019 – 2023

Periode	Triwulan	DPK (Jutaan)	Fluktuasi (%)	CAR (%)	Fluktuasi (%)	Firm Size (%)	Fluktuasi (%)	TAT (X)	Fluktuasi (%)	ROA (%)	Fluktuasi (%)
2019	I	584	-	14,36	-	9,07	-	0,05	-	1,16	-
	II	607	3,94	18,27	27,23	9,09	0,22	0,10	100,00	2,33	100,86
	III	622	2,47	15,84	-13,30	9,10	0,11	0,15	50,00	3,45	48,07
	IV	168	-72,99	16,37	3,35	9,14	0,44	0,18	20,00	4,68	35,65
2020	I	712	323,81	16,78	2,50	9,12	-0,22	0,04	-77,78	4,49	-4,06
	II	657	-7,72	17,91	6,73	9,08	-0,44	0,09	125,00	4,38	-2,45
	III	675	2,74	17,90	-0,06	9,10	0,22	0,13	44,44	3,79	-13,47
	IV	738	9,33	17,30	-3,35	9,11	0,11	0,16	23,08	2,94	-22,43
2021	I	727	-1,44	17,89	3,41	9,10	-0,11	0,03	-81,25	2,21	-24,83
	II	743	2,21	19,63	9,73	9,10	0	0,07	133,33	1,43	-35,29
	III	776	4,38	18,46	-5,96	9,10	0	0,10	42,86	1,27	-11,19
	IV	860	10,79	18,14	-1,73	9,14	0,44	0,12	20,00	1,69	33,07
2022	I	881	2,44	17,36	-4,30	9,15	0,11	0,03	-75,00	1,63	-3,55
	II	920	4,43	18,09	4,21	9,16	0,11	0,06	100,00	1,70	4,29
	III	1.008	9,57	18,20	0,60	9,20	0,33	0,09	50,00	1,60	-5,88
	IV	1.080	7,14	18,44	1,31	9,23	0,22	0,11	22,22	1,67	4,37
2023	I	1.147	6,20	17,92	-2,90	9,25	0,22	0,02	-81,82	1,52	4,37
	II	1.120	-2,35	20,20	12,72	9,28	0,32	0,05	150,00	1,19	8,98
	III	1.177	5,09	20,02	-0,89	9,27	-0,11	0,09	80,00	1,35	-21,27
	IV	1.233	4,76	15,95	-20,32	9,28	0,11	0,12	33,33	1,47	8,89

Sumber : BPRS HIK Parahyangan

Mengacu pada tabel 1 bisa diketahui bahwa perkembangan DPK, CAR, *Firm Size*, TAT dan ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023 mengalami fluktuasi pada triwulan di setiap

tahunnya. Peningkatan maupun penurunan DPK tidak selalu searah dengan nilai ROA, pada tahun 2019, DPK pada triwulan IV terjadi penurunan, namun ROA meningkat. Sementara di tahun 2020, DPK pada triwulan I, III, dan IV mengalami peningkatan akan tetapi ROA mengalami penurunan, sedangkan pada tahun 2021-2023 pada masing-masing triwulan ada kenaikan dan penurunan pada DPK tetapi kenaikan dan penurunan tersebut tidak searah dengan ROA seperti pada triwulan I 2023 DPK mengalami kenaikan akan tetapi terjadi penurunan pada ROA. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori, yaitu adanya kenaikan DPK akan mengakibatkan peningkatan dalam jumlah pembiayaan atau kredit yang disalurkan, yang pada gilirannya akan menjadikan profitabilitas meningkat melalui pendapatan dari pembiayaan dan kredit tersebut (Rasyid et al., 2020).

Selama periode 2019–2023, CAR menunjukkan fluktuasi yang signifikan, apabila kita melihat dari tabel 1 tersebut pada 2021, CAR naik di dua triwulan awal sementara ROA justru turun. Sebaliknya, pada 2023 triwulan III dan IV, ROA meningkat meski CAR menurun. Kondisi ini bertolak belakang dengan teori yang menyatakan bahwa kenaikan CAR seharusnya diikuti oleh kenaikan ROA (Dwi, 2021).

Firm Size mengalami fluktuasi selama 2019–2023. Tahun 2019 menunjukkan tren kenaikan di semua triwulan. Pada 2020, terjadi penurunan di dua triwulan awal, namun kembali meningkat di triwulan III dan IV. Tahun 2021 relatif stagnan, kecuali penurunan di triwulan I dan kenaikan di triwulan IV. Pada 2022, *Firm Size* konsisten meningkat di setiap triwulan. Sementara itu, pada 2023 terjadi peningkatan di triwulan I, II, dan IV, meski sempat menurun di triwulan III. Secara umum, *Firm Size* menunjukkan tren positif dengan beberapa penurunan jangka pendek.

Selama 2019, TAT mengalami peningkatan signifikan di semua triwulan. Namun, pada 2020–2023, TAT cenderung menurun di triwulan I tiap tahunnya, diikuti dengan peningkatan bertahap di triwulan berikutnya. Penurunan tajam di awal tahun konsisten terjadi selama empat tahun berturut-turut, sementara triwulan II hingga IV menunjukkan pemulihan yang cukup kuat. TAT dan ROA sama-sama menurun di triwulan I selama 2020–2023. Hal ini terdapat dua praduga yaitu *Total Asset Turnover* (TAT) tidak memiliki pengaruh terhadap *Return on Asset* (ROA) (Ngadenan & Dedi, 2022). Dan juga bisa menunjukkan bahwa *Total Asset Turnover* (TAT) berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA) (Utami & Manda, 2021).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh DPK terhadap ROA, pengaruh CAR terhadap ROA, pengaruh *Firm Size* terhadap ROA, TAT terhadap ROA, pengaruh DPK, CAR, *Firm Size* dan TAT secara simultan terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan indikator penting dalam pengelolaan likuiditas dan kapasitas pembiayaan bank. DPK mencerminkan kepercayaan masyarakat kepada bank serta mempengaruhi kemampuan bank dalam menyalurkan kredit. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan DPK dapat mendukung pertumbuhan pembiayaan dan profitabilitas (Yusof et al., 2021). DPK berperan sebagai fondasi penghimpunan dana yang mendukung pertumbuhan aktiva produktif yang berdampak langsung pada ROA.

2.2 Capital Adequacy Ratio (CAR)

CAR mengukur kemampuan bank dalam menutupi risiko kerugian dari aktiva berisiko. Semakin tinggi CAR, semakin besar pula kemampuan bank untuk menjaga kestabilan operasionalnya. Studi empiris menyatakan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, namun dalam beberapa kasus, kelebihan modal justru menandakan underutilization (Li et al., 2021). Oleh karena itu, perlu dicermati keseimbangan antara kecukupan modal dan efisiensi penggunaannya.

2.3 Firm Size (Ukuran Perusahaan)

Firm Size (Ukuran Perusahaan) merepresentasikan besarnya sumber daya yang dimiliki dan akses terhadap pendanaan. Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif, efisiensi operasional, dan diversifikasi risiko yang lebih tinggi (Al-Shattarat et al., 2022). Namun demikian, beberapa studi menemukan bahwa *firm size* tidak selalu berkorelasi positif terhadap ROA, tergantung pada efektivitas manajemen aset.

2.4 Total Asset Turnover (TAT)

Total Asset Turnover (TAT) merupakan rasio untuk mengukur efisiensi penggunaan total aset dalam menghasilkan penjualan atau pendapatan. TAT yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memaksimalkan asetnya untuk mendukung profitabilitas. Hasil riset menunjukkan bahwa TAT memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan bank, khususnya *Return on Asset* (ROA) (Ghosh & Ray, 2023).

2.5 Return on Asset (ROA)

Return on Asset (ROA) adalah keterampilan perusahaan untuk memperoleh laba dengan semua aktiva yang dimiliki (Bagus et al., 2016). Setiap perusahaan berusaha untuk mencapai nilai ROA yang tinggi karena semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk memperoleh laba (Putu & Luh, 2020).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Return on Assets (ROA) merupakan indikator penting dalam menilai efisiensi dan profitabilitas kinerja keuangan suatu bank, termasuk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). ROA penting bagi BPRS karena mencerminkan sejauh mana bank mampu memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba. Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi ROA, variabel Dana Pihak Ketiga (DPK), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Firm Size*, dan *Total Asset Turnover* (TAT) layak diteliti. DPK menggambarkan kepercayaan masyarakat dan menjadi sumber utama dana BPRS. CAR menunjukkan tingkat kesehatan permodalan dan kemampuan dalam menghadapi risiko. *Firm Size* merepresentasikan kapasitas dan efisiensi operasional suatu bank. Sementara itu, TAT mencerminkan sejauh mana aset dapat digunakan secara produktif dalam menghasilkan pendapatan. Meneliti keempat variabel ini membantu memahami faktor determinan kinerja keuangan BPRS secara lebih menyeluruh dan akurat.

3 METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah DPK, CAR, *Firm Size*, TAT dan ROA yang ada pada laporan keuangan BPRS HIK Parahyangan periode yang diambil tahun 2019 sampai 2023 yang telah dipublikasi. Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian ilmiah yang mengumpulkan data berupa angka atau variabel numerik untuk diolah dan dianalisis secara statistik. Penelitian ini berfokus pada pengukuran, pengujian hipotesis, dan generalisasi hasil. (Kamriruddin & Dkk, 2022). Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yang dipublikasikan oleh BPRS HIK Parahyangan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan memeriksa dokumentasi mengenai laporan keuangan tahunan BPRS HIK Parahyangan 2019-2023 (1 tahun yang terdiri dari 4 triwulan). Selain itu, penulis juga melakukan analisis mendalam, literatur yang relevan dengan topik penelitian. Setelah data dikumpulkan, penulis melakukan proses analisis data. Analisis data adalah proses pengolahan data untuk mengubahnya menjadi informasi baru dan bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih baik tentang data yang berkaitan dengan penelitian (Ulfah & Dkk, 2022). Proses pengujian data dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Pengujian

koefisien regresi linear berganda, koefisien korelasi berganda, dan koefisien determinasi. Mengolah data tersebut untuk mengetahui pengaruh kedua variabel baik secara parsial maupun simultan. Signifikansi pengaruh secara parsial dapat terlihat dari uji t, sedangkan untuk signifikansi pengaruh secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengaruh DPK terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan

Untuk mengetahui pengaruh DPK terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan akan digunakan analisis koefisien determinasi dan uji t. Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 42,25% artinya pengaruh dari variabel DPK sebesar 42,25% terhadap ROA dan sisanya 57,75% dipengaruhi oleh variabel lain.

Adapun hasil uji t menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar -3,629 untuk data yang digunakan sebanyak 20 dalam menentukan nilai t_{tabel} ($df = n-k$) maka $df = 20-4 = 16$ maka nilai t_{tabel} yaitu 1,745 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-3,629 > -1,745$) dengan signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya DPK berpengaruh signifikan terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023 dan berarah negatif.

4.2 Pengaruh CAR terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan

Untuk mengetahui pengaruh CAR terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan akan digunakan analisis koefisien determinasi dan uji t. Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 22,1% artinya pengaruh dari variabel DPK sebesar 22,1% terhadap ROA dan sisanya 77,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Adapun hasil uji t menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar -2,26 untuk data yang digunakan sebanyak 20 dalam menentukan nilai t_{tabel} ($df = n-k$) maka $df = 20-4 = 16$ maka nilai t_{tabel} yaitu 1,745 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-2,26 > -1,745$) dengan signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya CAR berpengaruh signifikan terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023 dan berarah negatif.

4.3 Pengaruh Firm Size terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan

Untuk mengetahui pengaruh Firm Size terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan akan digunakan analisis koefisien determinasi dan uji t. Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,36% artinya pengaruh dari variabel Firm Size sebesar 0,36% terhadap ROA dan sisanya 99,64% dipengaruhi oleh variabel lain.

Adapun hasil uji t menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,25 untuk data yang digunakan sebanyak 20 dalam menentukan nilai t_{tabel} ($df = n-k$) maka $df = 20-4 = 16$ maka nilai t_{tabel} yaitu 1,745 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,25 > 1,745$) dengan signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya Firm Size tidak berpengaruh terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023 dan berarah negatif.

4.4 Pengaruh TAT terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan

Untuk mengetahui pengaruh DPK terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan akan digunakan analisis koefisien determinasi dan uji t. Berdasarkan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 17,64% artinya pengaruh dari variabel DPK sebesar 17,64% terhadap ROA dan sisanya 82,36% dipengaruhi oleh variabel lain.

Adapun hasil uji t menyatakan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 1,96 untuk data yang digunakan sebanyak 20 dalam menentukan nilai t_{tabel} ($df = n-k$) maka $df = 20-4 = 16$ maka nilai t_{tabel} yaitu 1,745 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,96 > 1,745$) dengan signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak

dan H_1 diterima. Artinya TAT berpengaruh signifikan terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023.

4.5 Pengaruh DPK, CAR, Firm Size dan TAT secara simultan terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan

Untuk mengetahui pengaruh DPK, CAR, *Firm Size* dan TAT terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan dapat dilihat dari analisis kolerasi berganda, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji F. Berdasarkan hasil perhitungan analisis kolerasi berganda menyatakan bahwa nilai kolerasi berganda sebesar 0,86, artinya terdapat hubungan yang sedang antara DPK, CAR, *Firm Size* dan TAT terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023. Adapun hasil perhitungan model regresi berganda menyatakan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y = 0,5574 + 0,0058 (X_1) + 0,0160 (X_2) + 0,38 (X_3) + 1,645 (X_4)$$

1. Jika DPK, CAR, *Firm Size* dan TAT dianggap konstan, maka nilai ROA sebesar 0,5574.
2. Jika koefisien b_1 = setiap kenaikan satu satuan nilai dari variabel DPK (X_1) maka ROA (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,0058.
3. Jika koefisien b_2 = setiap kenaikan satu satuan nilai dari variabel CAR (X_2) maka ROA (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,0160.
4. Jika koefisien b_3 = setiap kenaikan satu satuan nilai dari variabel *Firm Size* (X_3) maka ROA (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,3842.
5. Jika koefisien b_4 = setiap kenaikan satu satuan nilai dari variabel TAT (X_4) maka ROA (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1,645.

Adapun hasil perhitungan analisis koefisien determinasi menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 73,96% sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh DPK, CAR, *Firm Size* dan TAT terhadap ROA sebesar 73,96% dan sisanya sebesar 26,04% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 4,53 dan nilai F_{tabel} ($df = k ; n-k-1$) (4 ; 15) maka F_{hitung} nya 3,06 jadi dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (4,53 > 3,06). Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya DPK, CAR, *Firm Size* dan TAT terhadap ROA secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019 – 2023.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Firm Size* dan *Total Asset Turnover* (TAT) terhadap *Return on Asset* (ROA) dapat disimpulkan. DPK berpengaruh terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023, hal tersebut dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,629 > 1,745) dengan signifikansi 0,05. Sedangkan pada uji koefisien determinasi besarnya nilai R^2 adalah 42,25%. yang mempengaruhi variabel DPK terhadap ROA dan sisanya 57,75% dipengaruhi variabel lain. CAR berpengaruh terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023, hal tersebut dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,26 > 1,745) dengan signifikansi 0,05. Sedangkan pada uji koefisien determinasi besarnya nilai R^2 adalah 22,1% yang mempengaruhi variabel CAR terhadap ROA dan sisanya 77,9% dipengaruhi variabel lain. *Firm Size* berpengaruh terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023, hal tersebut dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,02 > 1,745) dengan signifikansi 0,05. Sedangkan pada uji koefisien determinasi besarnya nilai R^2 adalah 18,49% yang mempengaruhi variabel *Firm Size* terhadap ROA dan sisanya 81,51% dipengaruhi variabel lain. TAT berpengaruh terhadap ROA di BPRS HIK Parahyangan periode 2019-2023, hal tersebut dapat dilihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,96 > 1,745) dengan signifikansi 0,05. Sedangkan pada uji koefisien determinasi besarnya nilai R^2 adalah 17,64% yang mempengaruhi variabel CAR terhadap ROA dan sisanya 82,36% dipengaruhi variabel lain. DPK, CAR, *Firm Size* dan TAT secara simultan berpengaruh terhadap ROA BPRS HIK Parahyangan

Periode 2019-2023, hal ini dapat dilihat pada uji F bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,22 < 3,06$). Dan diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 46,76%. Dengan demikian DPK, CAR, Firm Size dan TAT mempengaruhi ROA sebesar 24,8% dan sisanya sebesar 53,76% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun saran dari penulis untuk BPRS HIK Parahyangan yaitu (1) Diharapkan lebih mengoptimalkan penggunaan aset dan perputaran total aset yang baik dan efektif seperti mengurangi aset yang kurang produktif dan lebih memfokuskan pada aset produktif untuk melakukan penyaluran dana ke sektor-sektor yang memiliki potensi pertumbuhan tinggi, seperti sektor UMKM dan infastruktur. (2) Diharapkan lebih meningkatkan rasio profitabilitas khususnya pada rasio ROA dengan menerapkan sistem manajemen risiko yang lebih baik seperti mengurangi risiko kerugian pada industri perbankan dengan menerapkan sistem penilaian kredit yang ketat untuk mengurangi risiko kredit macet.

DAFTAR PUSTAKA

- Anissa, A., Kurniasih, E. S., & Sonaria, M. (2023). Pengaruh environmental accounting dan firm size terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 21(2), 225–238.
- Ardana, Y., Wulandari, W., & Septiadi, D. (2021). Perbankan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia: Analisis error correction model. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(3), 674. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i3.7578>
- Aridho, U., & Ulil, H. (2019). Firm size, profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen, GCG, CSR, dan nilai perusahaan (Studi pada perusahaan sektor finance di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 642–654.
- Bagus, I., Wardhana, J., & Mawardi, W. (2016). Analisis pengaruh struktur aktiva, asset turnover, growth terhadap profitability melalui variabel capital structure sebagai variabel intervening (Studi kasus pada perusahaan consumer goods BEI periode tahun 2012–2014). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5, 1–14.
- Dwi, I. (2021). *Struktur dan dinamika industri perbankan Indonesia*. Bintang Pustaka Madani.
- Fitri, R., & Muchtim, H. (2023). Analisis tingkat kesehatan bank syariah di Indonesia tahun 2015–2020. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 22(2), 297–305. <https://doi.org/10.37278/insearch.v22i2.753>
- Indriyani, W. W., & Mudjijah, S. (2022). Pengaruh debt to equity ratio, total asset turnover dan intellectual capital terhadap profitabilitas. *Akuntabel*, 19(2), 317–324. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i2.11084>
- Katharina, & Novita. (2021). Pengaruh CAR, FDR, NPF dan firm size terhadap profitabilitas bank umum syariah di Indonesia (Periode tahun 2018–2020). *Management Studies and Entrepreneurship*, 3(2).
- Kristianingsih, K., Danisworo, D. S., & Nugraha, S. H. (2022). Pengaruh cash ratio dan debt to equity ratio terhadap return on equity pada perusahaan sub sektor telekomunikasi kriteria syariah. *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)*, 5(2), 126–138. <https://doi.org/10.32627/maps.v5i2.429>
- Ngadenan, & Dedi, W. (2022). Pengaruh total asset turnover (TATO) dan current ratio (CR) terhadap return on asset (ROA) di PT Jasa Marga (Persero) Tbk periode tahun 2018–Triwulan I tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 12(2), 110–119.
- Preztika, A., & Helda, S. (2020). Pengaruh capital adequacy ratio, dana pihak ketiga, non performing financing dan pembiayaan murabahah terhadap profitabilitas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 17(2), 32–38.
- Putu, A. N., & Luh, W. N. (2020). Return on asset, return on equity, dan earning per share berpengaruh terhadap return saham. *E-Jurnal Manajemen*, 9(3), 1069–1088.
- Rasyid, M. F., Muchlis, S., & Suhartono, S. (2020). Pengaruh dana pihak ketiga (DPK) dan non performing financing (NPF) terhadap profitabilitas dengan pembiayaan murabahah sebagai

- variabel intervening (Studi pada bank umum syariah yang terdaftar di OJK tahun 2014–2018). *ISAFIR: Islamic Accounting and Finance Review*, 1(2), 111–124. <https://doi.org/10.24252/isafir.v1i2.18330>
- Ririn, W., & Sutjipto, N. (2016). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi kinerja. *Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5.
- Sari, W., & Sadilah, D. N. (2021). Metode RGEC untuk menganalisis kesehatan bank. *Jurnal MAPS*, 5(1), 21.
- Siregar, B. G. (2021). Dana pihak ketiga pada perbankan syariah. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan Syariah*, 5, 111–121.
- Suyatna, N., & Mu'minin, A. M. (2021). Analisis tingkat kesehatan bank dan dampaknya terhadap peningkatan jumlah nasabah. *Jurnal MAPS (Manajemen Perbankan Syariah)*, 5(1), 46–55. <https://doi.org/10.32627/maps.v5i1.82>
- Utami, M. T., & Manda, G. S. (2021). Pengaruh working capital turnover (WCT), current ratio (CR), dan total assets turnover (TATO) terhadap profitabilitas. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.8798>
- Yundi, N. F. (2018). Pengaruh kinerja keuangan terhadap return on asset (ROA) bank syariah di Indonesia. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 10(1). <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2759>

Pengaruh Content Marketing, Online Consumer Review, dan Online Convenience Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Tiket.com

Vania Elisha, Titik Desi Harsoyo

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: vaniaelisha20@gmail.com

Diterima:
4 November 2024

Diterima Setelah Revisi:
23 April 2025

Dipublikasikan:
24 April 2025

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *content marketing*, *online consumer review*, dan *online convenience* terhadap Keputusan pembelian online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan total 120 responden. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesa dengan uji t, hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi tiket.com, (2) *Online Consumer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi tiket.com, (3) *Online Convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi tiket.com.

Kata Kunci: *Content Marketing, Online Consumer Review, Online Convenience, Keputusan Pembelian.*

Abstract

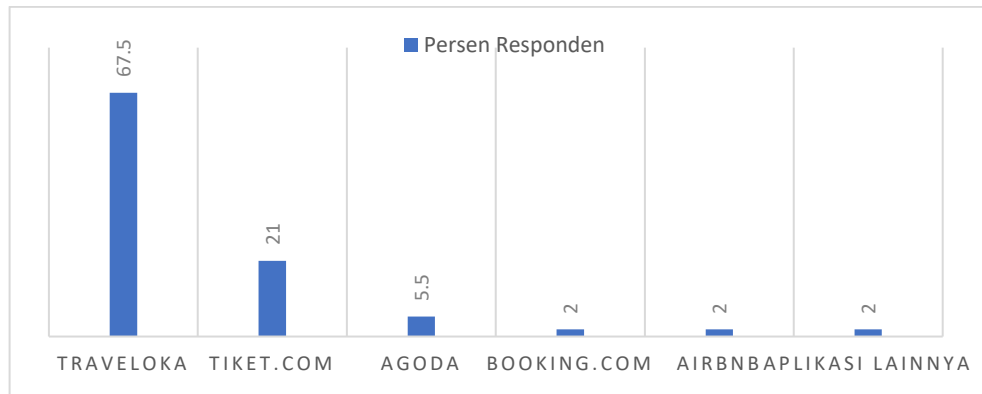
The purpose of this study is to analyze the influence of content marketing, online consumer reviews, and online convenience on online purchase decisions. This study uses a quantitative approach. The sampling technique was purposive sampling with a total of 120 respondents. Based on the results of multiple linear regression analysis tests and hypothesis tests with t-tests, the results of this study prove that: (1) Content Marketing has a positive and significant effect on online purchase decisions on tiket.com applications, (2) Online Consumer Reviews have a positive and significant effect on online purchase decisions on tiket.com applications, (3) Online Convenience has a positive and significant effect on online purchase decisions on tiket.com applications.

Keywords: *Content Marketing, Online Consumer Review, Online Convenience, Purchase Decision.*

1 PENDAHULUAN

Di era digital, inovasi teknologi berkembang semakin pesat. Hampir semua kegiatan dapat dilakukan dengan mudah karena adanya kemajuan teknologi, sehingga memberikan kemudahan dan efisiensi dalam berbagai bidang kehidupan. Kemajuan teknologi dibuktikan dengan hadirnya internet. Menurut kajian APJII, dari total populasi 278.696.200 jiwa pada tahun 2024, sebanyak 221.563.479 jiwa akan menggunakan internet. Angka ini merupakan tingkat penetrasi sebesar 79,5%, meningkat 1,4% dari tahun sebelumnya (<https://apjii.or.id/>).

Internet telah menjadi bagian penting yang selalu ada di kehidupan sehari-hari, termasuk pada aspek industri pariwisata atau perjalanan. Perkembangan perjalanan dan pariwisata semakin meningkat setiap tahunnya, baik dari segi pelayanan maupun teknologinya. Pada tahun 2023 perjalanan wisatawan lokal atau wisatawan nusantara meningkat yaitu sebesar 18,67% dari tahun ke tahun dengan jumlah 60,15 juta perjalanan, dibandingkan sebelumnya sebesar 53,90 juta perjalanan pada tahun 2022 (<https://databoks.katadata.co.id//>). Oleh karena itu, pertumbuhan agen perjalanan berbasis internet (APW), yang juga dikenal sebagai agen perjalanan daring (OTA), merupakan keuntungan bagi industri pariwisata di Indonesia (Putra & Riorini, 2016).



Gambar 1. Aplikasi perjalanan *online* terpopuler (2022)

Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

Tiket.com merupakan salah satu OTA yang populer kedua setelah Traveloka di kalangan masyarakat Indonesia. Data pada gambar diatas menyebutkan tingkat popularitas tiket.com berjumlah 21% setelah Traveloka. Kedua platform tersebut mendominasi pangsa pasar 72%, dengan tiket.com memegang 21% dan traveloka memegang 51% pangsa pasar OTA pada tahun 2022. Tiket.com salah satu platform OTA yang memfasilitasi layanan seperti paket penerbangan dan hotel, sewa mobil dan tiket kereta, atraksi dan aktivitas, produk konektivitas, dan transportasi bandara. Aplikasi tiket.com sudah diunduh lebih dari 10 juta kali di playstore maupun appstore, menunjukkan betapa banyaknya pengguna yang memanfaatkannya untuk keperluan perjalanan pada aplikasi tiket.com (<https://www.tiket.com>).

Tiket.com dalam 4 tahun terakhir masuk kategori Top Brand Index situs online booking tiket pesawat dan travel, aplikasi Tiket.com mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 nilai top Brand Index Tiket.com tercatat sebesar 7.50, kemudian pada tahun 2021 meningkat sebesar 11.10, kemudian pada tahun 2022 meningkat sebesar 13.60 , dan terakhir pada tahun 2023 meingkat sebesar 12.20 (www.topbrand-award.com).

Pada masa sekarang , mengingat semakin tingginya persaingan bisnis. Mengharuskan semua platform agen perjalanan memiliki strategi dalam mempengaruhi pilihan pembelian kepada pengguna dan meningkatkan serta mempermudah akses pengoperasian media sehingga konsumen nyaman dan semakin dikenal. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal yang berperan dalam mendorong keputusan pembelian. Sikap konsumen berperan sebagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dengan mencerminkan kategori psikologis yang kompleks, yang dipengaruhi oleh emosi ,pengetahuan, harapan, keyakinan, perasaan, pendapat, dan keinginan yang telah ada sebelumnya. Sehingga dapat dideskripsikan sebagai gambaran bagaimana

seseorang memberi keputusan untuk memanfaatkan layanan yang ada demi membeli produk atau jasa yang berhubungan dengan kebutuhannya (Ardani, 2022).

Content marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan. Strategi pemasaran konten berfokus dalam menghasilkan dan mendistribusikan konten yang berguna dan signifikan, dengan tujuan untuk menarik minat dan mempertahankan konsumen tertentu, pada akhirnya memberikan keuntungan (Chakti, 2019). Namun, terdapat pernyataan yang mengemukakan bahwa *Content marketing* kurang berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian (Chasanah, 2022), karena *Content marketing* saja tidak cukup untuk menggerakkan konsumen untuk berbelanja online, tetapi perlu adanya beberapa faktor pendukung lainnya yang dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Selain *content marketing*, Ulasan dan peringkat yang ditinggalkan oleh pembeli sebelumnya memiliki dampak signifikan terhadap cara pelanggan mengevaluasi suatu produk atau layanan, yang pada akhirnya memengaruhi pilihan mereka untuk membeli. *Online consumer review* adalah penilaian atau evaluasi yang bersifat baik dan buruknya ulasan terhadap barang, jasa, orang atau merek tertentu yang umumnya dipublikasikan oleh pelanggan sebelumnya pada situs web yang menampilkan platform ulasan konsumen (Filiari et al., 2018). Karena ulasan baik dari pengalaman konsumen yang pernah melakukan pembelian, dapat lebih mudah berbagi pengalaman dengan orang lain. Namun, berbeda pendapat dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa konten tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Putri et al., 2023), Alasannya sederhana, karena cerita langsung dari pembeli tidak selalu menghasilkan evaluasi yang positif sehingga keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh hal ini.

Online convenience juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Pelanggan biasa menghabiskan lebih sedikit waktu untuk berbelanja dan lebih banyak melakukan aktivitas lain, banyak dari pelanggan menginginkan kemudahan dan beralih ke belanja virtual (Duarte, P. et al., 2018). *Online Convenience* diartikan sebagai waktu dan energi minimum yang dibutuhkan konsumen untuk mendapatkan produk dan layanan yang sesuai dengan spesifikasi mereka. Oleh karena itu, untuk memahami perilaku konsumen, penting untuk memahami hubungan antara kemudahan berbelanja daring dan pilihan pembelian. Akan tetapi, ada pernyataan yang menyatakan bahwa kemudahan berbelanja daring tidak memengaruhi keputusan akhir konsumen secara signifikan (Rasidi & Monika Tiarawati, 2021). Berapapun tingkat kemudahan seperti kemudahan teknologi informasi, efisiensi waktu dan kemudahan dalam mengoperasikan sistem yang disediakan oleh website tidak cukup menggerakkan konsumen dalam memutuskan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini penting dilakukan untuk mengurangi dampak negative yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka dari itu, judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Content marketing*, *Online Consumer Review*, dan *Online Convenience* Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Tiket.Com”.

Berikut ini adalah rumusan masalah penelitian ini berdasarkan latar belakang informasi yang diberikan:

1. Apakah *Content marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi tiket.com?
2. Apakah *online consumer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi tiket.com?
3. Apakah *online convenience* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *online* pada aplikasi tiket.com?

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *content marketing* terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi tiket.com.
2. Untuk menganalisis pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi tiket.com
3. Untuk menganalisis pengaruh *online convenience* terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi tiket.com.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Digital Marketing

Digital marketing menurut Todor (2016), adalah merujuk pada praktik memasarkan produk atau layanan dengan cara yang terukur, terarah, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital. Tujuannya adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi, dan meningkatkan penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Jelas dari definisi ini bahwa pemasaran digital melibatkan promosi barang dan jasa yang spesifik, terukur, dan interaktif dalam upaya untuk menarik, melibatkan, dan mempertahankan pelanggan (Rauf et al., 2021). Penggunaan aplikasi berbasis web merupakan salah satu fasilitas pendukung untuk meningkatkan proses bisnis baik dibidang perekonomian pada digital marketing (Theresiawati et al, 2020). Dari hal tersebut penggunaan aplikasi tersebut bertujuan untuk mendukung proses bisnis salah satunya pada agen perjalanan atau online travel agent. Adapun indikator dari digital marketing yaitu, Website, Search Engine Marketing, E-mail Marketing, dan Social Media Marketing.

Dalam kaitannya dengan penggunaan layanan berbasis aplikasi, penerimaan konsumen terhadap teknologi menjadi aspek krusial dalam keputusan pembelian layanan tersebut. Satu teori yang dapat digunakan untuk mengkaji perilaku pembelian melalui aplikasi online dalam konteks penelitian ini adalah Technology Acceptance Model (TAM). Teori ini merupakan teori yang sangat populer untuk memprediksi dan menjelaskan penerimaan teknologi pada konsumen potensial (Handarujati, 2024). Pada awalnya, teori yang dikemukakan oleh Davis pada tahun 1986 ini diterapkan pada penerimaan teknologi komputer dan sistem informasi pada periode tersebut. Tetapi seiring dengan perkembangan teknologi, model ini dapat diterapkan secara luas dan pada beragam jenis teknologi baru. Dalam konteks penelitian ini, TAM sangat relevan digunakan untuk memahami penerimaan teknologi baru berupa layanan tiket secara online yang disediakan oleh aplikasi tiket.com. Sebelum era digital, pemesanan tiket dan layanan sejenis hanya dapat dilakukan secara langsung ke outlet penyedia jasa. Tetapi saat ini, konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya untuk pemesanan jasa tiket secara online dengan memanfaatkan beragam aplikasi online, termasuk aplikasi tiket.com. Untuk mampu menggunakan aplikasi online dari tiket.com, maka sangat perlu dipahami bagaimana penerimaan konsumen terhadap teknologi pemesanan tiket secara online tersebut. TAM mencakup dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi yaitu kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). Dalam penelitian ini, variabel *online convenience* mencerminkan adanya kemudahan penggunaan aplikasi tiket.com.

2.2 Content Marketing

Content marketing merupakan Salah satu strategi pemasaran melibatkan pembuatan dan pembagian materi edukasi yang unik, yang memiliki nilai praktis atau emosional untuk menarik klien agar mengambil tindakan yang baik bagi bisnis (Oechsli, 2015). Di sisi lain, pemasaran konten didefinisikan oleh Muhamadiev (2019) sebagai pendekatan periklanan yang mempertimbangkan

keinginan dan persyaratan audiens target saat mengembangkan dan menerbitkan konten. Adapun indikator dari *Content marketing* menurut (Pažeraitė & Repovienė, 2016), yaitu *relevance*, *informative*, *reliability*, dan *value*.

2.3 Online Consumer Review

Menurut Danty, et.al, (2020) *Online Customer Review* berfungsi sebagai sumber informasi bagi pembeli tentang merek dan barang yang ditawarkan. Menurut Putri et al. (2023), ulasan pelanggan daring adalah opini yang dibuat oleh konsumen tentang suatu produk, layanan, atau merek yang dapat dilihat oleh banyak orang melalui platform digital. Ulasan ini dapat bersifat positif, netral, atau negatif. Adapun indikator dari *online consumer review* menurut (Mulyati & Gesitera, 2020), yaitu *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, dan *perceived control*.

2.4 Online Convenience

Online convenience (kenyamanan online) adalah usaha dan waktu yang harus diinvestasi kan untuk mendapatkan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan mereka (Rahman & Nurlatifah, 2020). Kecepatan dan kenyamanan menjadi faktor utama yang mempengaruhi pembelian konsumen keputusan, dan solusinya adalah pembelian melalui *online* dan internet, yang bisa sangat bermanfaat mengurangi waktu yang dihabiskan konsumen untuk membeli di tempat perbelanjaan, karena waktu lebih penting dalam hal manajemen waktu. Oleh karena itu, konsumen lebih cenderung menghabiskan waktu untuk aktivitas lain dan cenderung tidak menghabiskan waktu untuk berbelanja, oleh karena itu kebutuhan akan kenyamanan semakin berkembang dan mengarahkan konsumen untuk mengeksplorasi belanja *online* (Kumar & Kashyap, 2018). Adapun indikator pada *online convenience* menurut (Nuryakin, 2016) yaitu kenyamanan akses, kenyamanan pencarian, dan kenyamanan bertransaksi.

2.5 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu langkah dalam proses pembelian yang mendahului tindakan pasca pembelian (Arfah, Y., 2022). Menurut Gunawan et al., (2022) Keputusan pembelian merupakan hasil dari perilaku konsumen dari beberapa rangkai tahap sebelumnya yang dilakukan untuk membeli suatu produk tertentu. Adapun indikator dari Keputusan pembelian menurut (Pradana et al., 2018) yaitu, informasi, merek, kualitas, dan ulasan dan rekomendasi.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif kausal. Dengan mengumpulkan data yang dapat diukur secara numerik dan menganalisisnya secara statistik, tujuan dari metode kuantitatif adalah untuk mendapatkan perspektif menyeluruh dari topik yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Indonesia yang telah menggunakan aplikasi tiket.com untuk berbelanja online. Penelitian ini menggunakan metode sampel yaitu non probability dengan teknik sampel adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden.

Dalam penelitian ini cara mengumpulkan data, yaitu dengan metode survei dengan menggunakan kuesioner. Partisipan dalam penelitian ini diminta untuk mengisi survei online dengan mengklik tautan yang disediakan oleh Google Forms dan membagikannya di berbagai platform

media sosial termasuk Instagram, WhatsApp, dan lainnya. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert.

Penelitian ini menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk mengevaluasi instrumen. Dengan bantuan SPSS 25.0, untuk menguji penelitian ini dilakukan dengan pengukuran uji-t, regresi linier berganda, dan koefisien determinasi. Penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel dengan hasil r hitung $> r$ tabel (0,196), nilai signifikansi kurang dari 0,05, dan cronbach alpha $> 0,60$ menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini sah dan dapat dipercaya.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

120 orang memenuhi persyaratan untuk distribusi kuesioner, dan tanggapan mereka menyediakan dasar bagi data penelitian.

4.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini diketahui bahwa mayoritas responden yang melakukan pembelian jasa/layanan pada aplikasi tiket.com adalah perempuan, mayoritas usia 17-22 tahun, yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dengan pendapatan rata-rata yaitu Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000.

Frekuensi pembelian responden pada aplikasi tiket.com adalah 1 – 3 kali, dengan mayoritas layanan/jasa yang banyak dibeli oleh responden pada aplikasi tiket.com adalah tiket pesawat. Responden paling banyak mengetahui aplikasi tiket.com melalui media sosial.

4.2 Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian

Hasil penelitian mengenai Keputusan Pembelian pada aplikasi Tiket.com berada dalam kategori yang sangat setuju. Ulasan dan Rekomendasi dengan pernyataan bahwa ulasan dari konsumen lain menjadi pertimbangan dalam membeli layanan di tiket.com. Dari pernyataan tersebut, indikator Ulasan dan Rekomendasi yang memiliki pernyataan rata-rata tertinggi.

4.3 Tanggapan Responden mengenai Content Marketing

Hasil penelitian mengenai *Content marketing* pada aplikasi Tiket.com berada dalam kategori yang sangat setuju. Konten yang diberikan oleh Tiket.com bersifat informatif dan bermanfaat bagi responden, sesuai dengan pernyataan dengan rata-rata tertinggi yaitu indikator *Informative*.

4.4 Tanggapan Responden mengenai Online Consumer Review

Hasil penelitian mengenai *Online Consumer review* pada aplikasi Tiket.com berada dalam kategori yang sangat setuju. Pada indikator Perceived Enjoyment dengan pernyataan bahwa menggunakan tiket.com memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi responden, memiliki rata-rata tertinggi.

4.5 Tanggapan Responden mengenai Online Convenience

Hasil penelitian mengenai *Online Convenience* pada aplikasi Tiket.com berada dalam kategori yang sangat setuju. Pada indikator Kenyamanan Bertransaksi, dengan pernyataan bahwa kemudahan dalam bertransaksi dan pembayaran pada tiket.com membuat responden merasa nyaman merupakan indikator dengan rata-rata tertinggi.

4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Beberapa pengujian uji asumsi klasik yaitu, pengujian Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas, dengan statistik SPSS 25.0 digunakan untuk melakukan pengujian ini.

4.6.1 Uji Normalitas

Menentukan sampel data terdistribusi normal atau tidaknya dengan melakukan uji normalitas. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Data terdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, yaitu batas untuk uji kenormalan.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas.

N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1,01193437
MostExtreme Differences	Absolute	0,081
	Positive	0,081
	Negative	-0.081
Test Statistic		0,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,089 ^c
a. Test distribution is normal.		
b. Calculated from data		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2024)

Hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan signifikan dengan nilai 0,089 yang berarti lebih besar dari 0,05 (5%) seperti terlihat pada Tabel 1. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dianggap memiliki data yang terdistribusi normal.

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk dapat mengetahui apakah terdapat adanya korelasi antar variabel bebas. Jika nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas. Berikut adalah hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Content marketing	0,686	1,457
Online Consumer Review	0,862	1,160
Online convenience	0,773	1,294
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian		

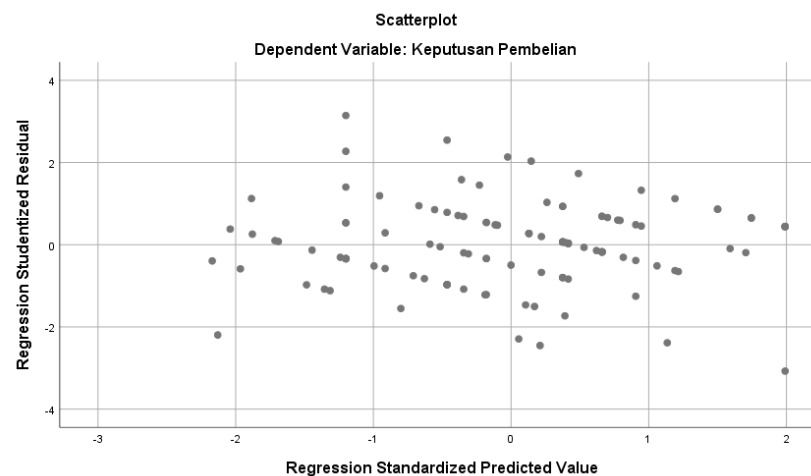
Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai toleransi pada variabel *Content marketing* yaitu 0,686 dengan nilai VIF 1,457. kemudian nilai toleransi dari variabel *online consumer review*

yaitu 0,862 dengan nilai VIF 1,160, dan nilai toleransi dari variabel *online convenience* yaitu 0,773 dengan VIF 1,294. Hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas karena tidak ada korelasi antara variabel independen, karena semua variabel memiliki nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 0,10.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk menentukan apakah residual suatu variasi berbeda dari residual pengamatan lainnya. Pengujian ini dapat dilihat dengan metode *scatterplot*. Apabila pada grafik tersebut terbentuk pola menyebar, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.



Gambar 1. Grafik Scatterplot Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan Gambar 1 tersebut, dapat dilihat bahwa pada grafik tersebut membentuk pola menyebar, dimana grafik tersebut tidak membentuk suatu pola yang jelas serta titik-titik pada grafik tersebut menyebar keatas dan kebawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.7 Hasil Analisis Data

4.7.1 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Penelitian ini difokuskan pada penentuan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut ini adalah hasil dari uji linier berganda:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,955	1,513		2,615	0,010
	<i>Content marketing</i>	0,390	0,086	0,388	4,538	0,000
	<i>Online Consumer Review</i>	0,239	0,086	0,211	2,774	0,006
	<i>Online convenience</i>	0,278	0,093	0,240	2,977	0,004

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 3 dapat dinyatakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,955 + 0,388 X_1 + 0,211 X_2 + 0,240 X_3$$

Hasil dari model persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta (β) sebesar 3,955 artinya jika variabel *Content marketing* , *online consumer review* , dan *online convenience* = 0, maka variabel keputusan pembelian tetap memiliki nilai konstanta sebesar 3,955.
- Nilai koefisien regresi variabel *Content marketing* sebesar 0,388 yang bernilai positif, apabila *Content marketing* meningkat sebesar 1 satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,388.
- Nilai koefisien regresi variabel *online consumer review* sebesar 0,211 yang bernilai positif, apabila *Content marketing* meningkat sebesar 1 satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,211.
- Nilai koefisien regresi variabel *online convenience* sebesar 0,240 yang bernilai positif, apabila *online convenience* meningkat sebesar 1 satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,240.

4.8 Uji Hipotesis

4.8.1 Uji Parsial (Uji T)

Dalam penelitian ini, Uji digunakan untuk menguji pengaruh pada setiap variabel independent (content marketing, online consumer review, dan online convenience) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian).

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3,955	1,513		2,615
	<i>Content marketing</i>	0,390	0,086	0,388	4,538
	<i>Online Consumer Review</i>	0,239	0,086	0,211	2,774
	<i>Online convenience</i>	0,278	0,093	0,240	2,977

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4 dapat dijelaskan nilai signifikansinya sebagai berikut :

- Hipotesis Pertama**
Variabel *Content marketing* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com.
- Hipotesis Kedua**
Variabel *online consumer review* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$. Dengan demikian H_0 2 ditolak dan H_a 2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Online Consumer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com.
- Hipotesis Ketiga**
Variabel *online convenience* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Dengan demikian H_0 3 ditolak dan H_a 3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *online convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com.

4.8.2 Koefisien Determinansi (R²)

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kemampuan suatu model regresi dalam mendeskripsikan variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinansi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,647 ^a	0,419	0,404	1,162

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25 (2024)

Koefisien determinasi pada tabel 5 diatas adalah 0,404, atau 40,4%. Dengan demikian, angka tersebut menunjukkan bahwa *content marketing*, *online consumer reviews*, *online convenience* memengaruhi keputusan pembelian sebesar 40,4%, sedangkan variabel lain memengaruhi sisanya sebesar 59,6%.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Profil Responden

Berdasarkan data dari sampel penelitian berjumlah 120 responden yang pernah melakukan transaksi atau pembelian online pada aplikasi tiket.com, diperoleh profil responden. Jumlah responden perempuan lebih banyak daripada laki-laki yaitu sebanyak 90 orang (75%). Mayoritas responden berusia 17-22 tahun (62 orang atau 51,7%). Pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 86 orang atau 71,7%. Pendapatan terbanyak yaitu Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 (65 orang atau 54,2%), frekuensi pembelian responden paling banyak adalah 1 – 3 kali (103 orang atau 85,8%). Responden paling sering memesan layanan tiket pesawat (75 orang atau 31,3%). Responden paling banyak mengetahui aplikasi tiket.com melalui media sosial yaitu 68 orang atau 56,7%. Berdasarkan demografi sampel ini, maka dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang beragam. Konsumen perempuan dalam rentang usia muda, dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa adalah responden yang sering melakukan aktifitas pemesanan tiket pesawat secara online. Media sosial terbukti menjadi sumber informasi utama yang sering disebut oleh responden dalam penelitian ini dan hasil ini mengindikasikan bahwa sampel adalah pengguna aktif media sosial yang gemar mencari informasi melalui media sosial.

4.9.2 Pengaruh *Content marketing* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis pertama, menunjukkan bahwa Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, *Content marketing* pada kenyataannya memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan secara statistik. Keputusan pembelian konsumen pada aplikasi tiket.com, salah satunya dipengaruhi oleh informasi yang informatif dan secara efektif dalam menyampaikan pesan yang baik melalui konten tekstual, audio, dan visual. Berdasarkan analisis deskriptif, diperoleh hasil bahwa responden menilai informasi yang diberikan oleh tiket.com sudah informatif dan bermanfaat bagi mereka. Sedangkan responden adalah tipe konsumen yang aktif menggunakan media sosial, sehingga bentuk pesan yang efektif bagi konsumen adalah pesan yang dikemas informatif tetapi juga menarik dengan adanya kombinasi antara aspek teks, audio dan visual yang dapat dinikmati sekaligus oleh konsumen dalam satu kali akses atau *log in* ke media sosial.

Dilihat dari Menurut Yang et al. (2019), bahwa konten yang informatif dan emosional memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pembeli online lebih cenderung melakukan pembelian setelah melihat pemasaran konten yang baik yang memperkuat persepsi mereka terhadap barang dan layanan yang disediakan (Muhamadiev, 2019). Dengan demikian, untuk meningkatkan keputusan pembelian pada perusahaan tiket.com, perusahaan harus memiliki pendekatan yang terencana dan pemahaman yang kuat dalam membangun kepercayaan serta menyajikan kualitas konten yang baik dalam strategi content marketing mereka. Berdasarkan penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yaitu (Muhamadiev, 2019); (Herman et al. 2023); dan (Alkharabseh & Zhen 2021), yang menjelaskan bahwa *content marketing* secara signifikan dan positif memengaruhi Keputusan pembelian konsumen.

4.9.3 Pengaruh *Online Consumer review* Terhadap Keputusan

Online Consumer review memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji Ho2 ditolak dan Ha2 diterima. Ulasan positif dan pengalaman dari pengguna merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan

konsumen sehingga mendorong melakukan pembelian layanan pada aplikasi Tiket.com serta dapat meningkatkan reputasi dari perusahaan. Dengan meningkatnya kepercayaan dan reputasi pada aplikasi Tiket.com, maka akan meningkatnya keputusan pembelian online terhadap layanan/jasa pada aplikasi Tiket.com. Oleh karena itu pentingnya memanfaatkan ulasan atau pendapat konsumen secara efektif dalam penjualan online. Temuan penelitian ini mendukung penelitian terdahulu (Putri & Marlien, 2022); (Ardianti, 2019); dan (Purwanto, 2021), yang menyatakan bahwa *online consumer review* secara signifikan dan positif memengaruhi pilihan pembelian akhir konsumen.

4.9.4 Pengaruh *Online Convenience* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis ketiga, menunjukkan bahwa H_03 ditolak dan H_{a3} diterima, artinya *online convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudahan pada saat bertransaksi dan melakukan pembayaran pada aplikasi tiket.com dianggap mampu memberikan kenyamanan akses kepada pengguna, seperti penggunaan dompet digital pada aplikasi tiket.com yaitu dengan banyaknya metode pembayaran sehingga mempermudah proses saat melakukan pembelian. Hal ini berarti dengan memanfaatkan *online convenience* pada aplikasi tiket.com secara efektif dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan penggunaan. Oleh karena itu, pelanggan tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk bertransaksi dan mengakses layanan. *Online consumer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen menurut temuan studi ini, yang sejalan dengan temuan (Alkharabsheh & Zhen, 2021; Djan & Rubbiah Adawiyyah, 2020; Praptiwi, 2020)

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yaitu hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai “Pengaruh Content Marketing, *Online Consumer Review*, dan *Online Convenience* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pada Aplikasi Tiket.com”, maka ditarik kesimpulan disajikan sebagai berikut :

1. *Content marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang informatif mampu menyampaikan pesan dengan baik melalui konten tertulis, konten audio, hingga konten visual dapat mempengaruhi keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com.
2. *Online Consumer review* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com. Hal ini menunjukkan bahwa ulasan positif dan pengalaman baik dari pengguna dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com.
3. *Online Convenience* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi Tiket.com. Hal tersebut menunjukkan dengan memanfaatkan *online convenience* secara efektif dapat meningkatkan kenyamanan penggunaan sistem maupun kenyamanan berbelanja *online* pada aplikasi Tiket.com, sehingga mampu mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian *online*.

Berdasarkan temuan pada penelitian ini, maka diberikan saran praktis dan teoritis yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan Tiket.com untuk fokus dalam meningkatkan *Content marketing* dengan menciptakan konten yang berkualitas dan memberikan nilai tambah yang sesuai dengan harapan konsumen, karena konten yang berkualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*.
2. Bagi pihak perusahaan Tiket.com pada peningkatan *online consumer review* diharapkan fokus untuk meningkatkan pengalaman pengguna (UX) di aplikasi saat pengguna melakukan interaksi

- dengan layanan, jasa, atau sistem yang digunakan untuk menciptakan pengalaman yang positif, sehingga dapat meningkatkan loyalitas guna mendorong konsumen untuk melakukan pembelian hingga merujuk pada keputusan pembelian *online*.
3. Bagi pihak perusahaan Tiket.com untuk fokus dalam memperbaiki kenyamanan fitur pencarian pada aplikasi Tiket.com. Akses pencarian yang baik mempengaruhi pengguna untuk menemukan produk atau layanan dan informasi yang relevan dengan cepat dan tepat, sehingga memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada pengguna yang merujuk pada keputusan pembelian *online*.
 4. Bagi peneliti kedepannya diharapkan untuk memodifikasi jenis komponen variabel bebas lainnya agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai variabel independen yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian *online* terhadap layanan *online* travel agent pada aplikasi Tiket.com.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkharabsheh, O. H. M., & Zhen, B. H. (2021). *The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process*. 1(1).
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Chakti, G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Chasanah, H. F. (2022). *THE EFFECT DIGITAL CONTENT MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS THROUGH BUYING INTEREST AS INTERVENING VARIABLE*. 6(36).
- D Gunawan, AD Pratiwi, Y Arfah, & B Hartanto. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Djan, I., & Rubbiah Adawiyah, S. (2020). The Effect of Convenience and Trust to Purchase Decision and Its Impact to Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Economics Research*, 9(4), 269. <https://doi.org/10.11648/j.ijber.20200904.23>
- Duarte, P., Costa e Silva, S., & Ferreira, M.B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Jurnal Retail Consumer Service*, 44, 161–169. <https://doi.org/doi: 10.1016/j.jretconser.2018.06.007>
- Filieri, R., Hofacker, C. F., & Alguezaui, S. (2018). What makes information in online consumer reviews diagnostic over time? The role of review relevancy, factuality, currency, source credibility and ranking score. *Computers in Human Behavior*, 80, 122–131. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.039>
- Handarujati, E. (2024). Analysis of Factors Driving Purchase Intention of Electric Cars: Perspective of Theory of Planned Behavior, Norm Activation Model, And Technology Acceptance Model. *Journal of Economics and Business UBS*, Vol 13, No. 1: 108 - 129. <https://doi.org/10.52644/joeb.v13i1.1279>
- Kumar, A., & Kashyap, A. K. (2018). Leveraging utilitarian perspective of online shopping to motivate online shoppers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(3), 247–263. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2017-0161>
- Muhamadiev, A. (2019). *AJEBM*, Vol. 3, No. 1, JAN-FEB 2019. 3(1).
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. *Jurnal*

- Maksipreneur: *Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Nuryakin. (2016). *Effects of Convenience Online Shopping and Satisfaction on Repeat-Purchase Intention among Students of Higher Institutions in Indonesia*.
- Pažeraitė, A., & Repovienė, R. (2016). Content marketing elements and their influence on search advertisement effectiveness: Theoretical background and practical insights. *Management of Organizations: Systematic Research*, 75, 97–109. <https://doi.org/10.7220/MOSR.2335.8750.2016.75.7>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *KINERJA*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Praptiwi, S. (2020). The Influence of Trust, Convenience, and Social Influencer on Online Purchasing Decisions Taken by Yogyakarta Students, with Instagram Social Media. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(08).
- Putra, S. A. W., & Riorini, S. V. (2016). *PADA ONLINE TRAVEL AGENT LOKAL*.
- Putri, Y. A., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2023). ANALISIS ONLINE CONSUMER REVIEWS DAN GREEN PRODUCT TERHADAP PURCHASE DECISION MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(2), 334–346. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2464>
- Rahman, H., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Trust, Online Convenience terhadap Purchase Intention melalui Online Shopping Habits (Studi Kasus Pembelian Tiket Bioskop pada Aplikasi Gotix). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(1), 29. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v1i1.458>
- Rasidi, W. A. R. & Monika Tiarawati. (2021). The Effect of Convenience and Trust on Online Purchasing Decision (on Blibli Platform). *Journal of Business and Management Review*, 2(8), 531–543. <https://doi.org/10.47153/jbmr28.1862021>
- Rauf, A., Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah P.S, Farah Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, & Puji Muniarty. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Insanian Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati.
- Todor, R. D. (2016). *Blending traditional and digital marketing*.