

In Search

Pendidikan, Penelitian & Pengabdian Masyarakat

Informatic, Science, Entrepreneur, Applied Art, Research, Humanism

Vol. 23 No. 2 (2024)

Application of the Fuzzy Grey Markov Model (2,1) in Forecasting Gold Prices in Indonesia

Arthamevia Najwa Soraya, Firdaniza Firdaniza, Kankan Parmikanti

Komunikasi Terapeutik Pengasuh Pada Lansia Di Panti Sosial

Selvy Rachmawati, Shinta Hartini Putri, Nugraha Sugiarta, Achwan Noorlistyo Adi, Anggita Lestari, Faisal Reza

TELBS Regression Analysis to Determine the Influence of Coffee Land on Coffee Production in Indonesia in 2023 Using Python Programming Language

Muhammad Dhafin Qinthar Ramdhani, Nurul Gusriani, Firdaniza Firdaniza

Pengaruh Kinerja Keuangan, Komite Audit, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Ester Christianty, Eko Purwanto, Antonius Bimo Rentor

Bijak Berkeuangan Di Usia Muda Program Literasi Keuangan Siswa MA Tunggilis Kab. Pangandaran

Irfan Achmad Musadat

Meningkatkan Hasil Produk Olahan Gula Merah Melalui Coaching Clinic Digital Marketing di Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran

Elan Rusnendar, Irfan Achmad Musadat

Pentingnya Menabung dan Berinvestasi di Usia Muda

Irfan Achmad Musadat, Agung Pramayuda, Retno Widya Ningrum

Proyeksi Ekonomi dan Masa Depan UMKM di Indonesia Bagi Pelaku UMKM Binaan Rumah BUMN Kota Bandung

Irfan Achmad Musadat, Nur Fajrin Muharomah, Dwi Hanum Setiya Ningrum, Risti Malyani, Tri Lestari, Susi Julianti, Siti Oktaviani Nurhaliza

Pengelolaan Keuangan di Era Digitalisasi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setiabudi Surakarta

Agung Pramayuda, Retno Widya Ningrum, Irfan Achmad Musadat

Pemanfaatan Media Digital Untuk Pemasaran

Elan Rusnendar, Irfan Achmad Musadat, Agung Pramayuda, Susan Purnama

Belajar Investasi Saham untuk Pemula Edukasi Literasi Keuangan Bagi Siswa SMK Pasundan Majalaya

Irfan Achmad Musadat, Elan Rusnendar, Agung Pramayuda

Penerapan Metode K-Nearest Neighbor untuk Identifikasi Produk Nike Paling Laris Terjual

Venia Restreva Danestiara, M. Achya Arifudin, Aura Tifa Aprilla, Dani Setiawan

Hubungan Antara Self-Compassion dengan Prokrastinasi pada Mahasiswa yang Bekerja di Kota Bandung

Amelia Nurfadhillah, Dyah Rachman Kuswartanti, Rina Ruth Polla

Kemampuan Meta-Afektif Mahasiswa Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Theresia Manalu, Susan Purnama

DEWAN REDAKSI

Editor in Chief

Ratih Hadiani (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)

Managing Editor

Aggi Panigoro Sarifiyono (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)

Section Editor

- Budiman (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Elok Faiqoh Himmah (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Faisal Reza (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Nichi Hana Karlina (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Muhamad Deni Johansyah (Universitas Padjajaran)

Reviewer

- Shinta Hartini Putri (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Nichi Hana Karlina (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Diwan Setiawan (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Budiman (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Titan Parama Yoga (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Pradiptya Septyanti Putri (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- N. Heriyah (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Elan Rusnendar (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Agung Pramayuda (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Evi Sri Nurhastuti (Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia)
- Rita Komalasari (Politeknik LP3I)

DAFTAR ISI

Application of the Fuzzy Grey Markov Model (2,1) in Forecasting Gold Prices in Indonesia Arthamevia Najwa Soraya, Firdaniza Firdaniza, Kankan Parmikanti	1-10
Komunikasi Terapeutik Pengasuh Pada Lansia Di Panti Sosial (Studi Kasus Mengenai Komunikasi Terapeutik Pengasuh Pada Lansia Dalam Mencegah Terjadinya Hipertensi Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi Bandung) Selvy Rachmawati, Shinta Hartini Putri, Nugraha Sugiarta, Achwan Noorlistyo Adi, Anggita Lestari, Faisal Reza	11-31
TELBS Regression Analysis to Determine the Influence of Coffee Land on Coffee Production in Indonesia in 2023 Using Python Programming Language Muhammad Dhafin Qinthar Ramdhani, Nurul Gusriani, Firdaniza Firdaniza	32-38
Pengaruh Kinerja Keuangan, Komite Audit, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Sustainability Report (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023) Ester Christianty, Eko Purwanto, Antonius Bimo Rentor	39-53
Bijak Berkeuangan Di Usia Muda Program Literasi Keuangan Siswa MA Tunggilis Kab. Pangandaran Irfan Achmad Musadat	54-58
Meningkatkan Hasil Produk Olahan Gula Merah Melalui Coaching Clinic Digital Marketing di Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran Elan Rusnendar, Irfan Achmad Musadat	59-63
Pentingnya Menabung dan Berinvestasi di Usia Muda Irfan Achmad Musadat, Agung Pramayuda, Retno Widya Ningrum	64-68
Proyeksi Ekonomi dan Masa Depan UMKM di Indonesia Bagi Pelaku UMKM Binaan Rumah BUMN “ Kota Bandung Irfan Achmad Musadat, Nur Fajrin Muharomah, Dwi Hanum Setiya Ningrum, Risti Malyani, Tri Lestari, Susi Julianti, Siti Oktaviani Nurhaliza	69-73

Pengelolaan Keuangan di Era Digitalisasi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setiabudi Surakarta Agung Pramayuda, Retno Widya Ningrum, Irfan Achmad Musadat	74-78
Pemanfaatan Media Digital Untuk Pemasaran Elan Rusnendar, Irfan Achmad Musadat, Agung Pramayuda, Susan Purnama	79-83
Belajar Investasi Saham untuk Pemula Edukasi Literasi Keuangan Bagi Siswa SMK Pasundan Majalaya Irfan Achmad Musadat, Elan Rusnendar, Agung Pramayuda	84-87
Penerapan Metode K-Nearest Neighbor untuk Identifikasi Produk Nike Paling Laris Terjual Venia Restreva Danestiara, M. Achya Arifudin, Aura Tifa Aprilla, Dani Setiawan	88- 97
Hubungan Antara Self-Compassion dengan Prokrastinasi pada Mahasiswa yang Bekerja di Kota Bandung Amelia Nurfadhillah, Dyah Rachman Kuswartanti, Rina Ruth Polla	98-105
Kemampuan Meta-Afektif Mahasiswa Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia Theresia Manalu, Susan Purnama	106-110

Penerapan Model *Fuzzy Grey Markov (2,1)* Dalam Meramalkan Harga Emas di Indonesia

Arthamevia Najwa Soraya, Firdaniza, Kankan Parmikanti

Departemen Matematika, Fakultas MIPA, Universitas Padjadjaran

Email: arthamevia20001@mail.unpad.ac.id; firdaniza@unpad.ac.id; parmikanti@unpad.ac.id.

Abstrak

Investasi emas saat ini dianggap sebagai hal yang menjanjikan meskipun harga emas yang terus berubah. Hal ini menjadi tantangan bagi para investor untuk memperoleh keuntungan yang optimal, sehingga diperlukan metode peramalan yang tepat untuk meramalkan harga emas di Indonesia. Pada penelitian ini, digunakan pendekatan baru yang belum pernah digunakan, yaitu Model *Fuzzy Grey Markov (2,1)* (MFGM(2,1)). Metode ini merupakan metode gabungan yang memanfaatkan logika *fuzzy* untuk menangani ketidakpastian dalam data, model Grey untuk membentuk model peramalan, dan rantai Markov untuk menentukan matriks peluang transisi keadaan. Pendekatan MFGM(2,1) menarik untuk dikaji karena dapat dipertimbangkan dalam peramalan data yang menunjukkan peningkatan dan penurunan bervariasi, seperti data harga emas yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, tingkat akurasi metode tersebut dihitung berdasarkan nilai *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE), dan diperoleh hasil peramalan yang sangat akurat dengan nilai MAPE sebesar 4.32%.

Kata Kunci: Peramalan; Harga emas; Model *Fuzzy Grey Markov (2,1)*.

Abstract

Gold investment is currently considered promising even though gold prices continue to change. This is a challenge for investors in obtaining optimal profits, so an appropriate forecasting method is needed to predict the price of gold in Indonesia. This research introduces a novel approach called the Fuzzy Grey Markov Model (2,1) (FGMM(2,1)), which has never been used before. This combined method utilizes fuzzy logic to handle uncertainty in the data, the Grey model to form a forecasting model, and Markov chains to determine the state transition probability matrix. The FGMM(2,1) approach is interesting to study because it can be considered in forecasting data that shows varying increases and decreases, such as the gold price data used in this research. Furthermore, the method's accuracy level was calculated based on the Mean Absolute Percentage Error (MAPE) value, achieving very accurate forecasting results with a MAPE value of 4.32%.

Keywords: forecasting; gold price; Fuzzy Grey Markov Model (2,1).

1 PENDAHULUAN

Investasi emas menjadi hal yang dianggap menjanjikan karena harga emas yang cenderung mengalami kenaikan bertahap dalam jangka panjang. Hal ini membuat para investor emas menginginkan keuntungan yang optimal, yaitu dengan memperoleh harga rendah saat pembelian dan harga tinggi saat penjualan. Namun pada kenyataannya, harga emas yang terus berubah menimbulkan ketidakpastian dalam kegiatan investasi (Andriyanto, 2017), sehingga dibutuhkan suatu peramalan untuk membantu menjawab ketidakpastian yang ada. Sebelumnya, peramalan harga emas sudah dilakukan dengan berbagai metode peramalan, seperti menggunakan *double exponential*

smoothing (Andriyanto, 2017), *Generalized Autoregressive Conditional Heteroscedasticity - Mixed Data Sampling* (GARCH-MIDAS) (Li dkk., 2021), *Autoregresif Integrated Moving Average* (ARIMA) dan *Support Vector Machine* (SVM) (Makala dan Li, 2021), dan lain-lain. Namun, metode-metode tersebut memerlukan asumsi yang harus dipenuhi, seperti mengikuti pola data tertentu. Model Grey (MG) adalah metode alternatif yang dapat digunakan untuk meramalkan harga emas tanpa memerlukan asumsi mengenai pola data, karena peramalan dilakukan dengan menyesuaikan pada informasi yang dimiliki.

Model Grey (MG(1,1)) dengan persamaan diferensial orde satu dan juga satu variabel penelitian merupakan bentuk model Grey yang paling sederhana, yang banyak digunakan untuk menangani ketidakpastian pada data yang kurang lengkap. Metode ini kemudian berkembang dengan menggunakan Model Grey (MG(2,1)), yang memanfaatkan persamaan diferensial orde dua untuk menangani data yang menunjukkan kenaikan dan penurunan harga yang bervariasi (Rathnayaka dkk., 2015). Tak hanya itu, metode MG dikembangkan kembali dengan memanfaatkan rantai Markov, membentuk Model Grey Markov (MGM). Hal ini dilakukan untuk memperbaiki nilai peramalan dengan memprediksi kesalahan dari hasil peramalan MG(1,1) (Samet dan Mojallal, 2014) dan meningkatkan akurasi peramalan MG(2,1) (Li dan He, 2015). Pengembangan metode MGM berlanjut dengan menggabungkan teori *fuzzy* untuk menangani pengaruh fluktuasi acak dan kemampuan anti-interferensi yang lemah dari rantai Markov, sehingga memberikan hasil peramalan yang lebih akurat (Geng dkk., 2015). Pengembangan ini menghasilkan Model *Fuzzy* Grey Markov (MFGM(1,1)) dengan persamaan diferensial orde satu dan satu variabel penelitian, yang banyak digunakan untuk membantu meramalkan volume lalu lintas (Govindan dkk., 2021), dan meramalkan waktu nyata dari penyakit COVID-19 (Nagarajan dkk., 2022)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Geng dkk. (2015), Govindan dkk. (2021) dan Nagarajan dkk. (2022), dimungkinkan untuk melakukan peramalan menggunakan pendekatan baru, yaitu MFGM(2,1). Metode ini merupakan metode peramalan gabungan dari MG, logika *fuzzy* dan rantai Markov seperti metode MFGM(1,1), namun MFGM(2,1) menggunakan MG(2,1) sebagai inisiasi awal peramalan. Penggunaan MG(2,1) membuat MFGM(2,1) menjadi metode peramalan yang dapat dipertimbangkan untuk menangani data non-monotonik. Dengan demikian, pada penelitian ini, dilakukan peramalan harga emas PT Antam (Persero) Tbk menggunakan metode peramalan baru yang belum pernah digunakan sebelumnya, yaitu MFGM(2,1). Harapannya, MFGM(2,1) dapat memberikan nilai peramalan yang akurat, mengingat data harga emas yang digunakan dalam peramalan ini berfluktuasi dan bersifat non-monotonik. Selanjutnya, akurasi hasil peramalan dilihat berdasarkan nilai *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE). Proses pengelolaan dan perhitungan data pada penelitian ini menggunakan bantuan *Microsoft Excel* dan *Python*.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Model Grey (2,1)

Model Grey (2,1) atau MG(2,1) merupakan model Grey yang menggunakan persamaan diferensial orde dua dan juga satu variabel penelitian dalam perhitungannya. MG(2,1) merupakan pengembangan dari MG(1,1), yang secara teori merupakan turunan dari bentuk MG(1,1). Pada MG(1,1), digunakan *One-time Accumulated Generating Operation* (1-AGO) untuk membentuk data baru dalam peramalan. Sedangkan, pada MG(2,1) digunakan tambahan barisan yaitu *One-time Inverse Accumulated Generating Operation* (1-IAGO) atau barisan invers data akumulasi satu kali, sebagai input dalam perhitungan. Secara teoritis, MG(2,1) dapat dipertimbangkan untuk menggambarkan data dengan proses perubahan yang non-monotonik (Liu dan Lin, 2006).

Asumsikan $X^{(0)}$ sebagai barisan data aktual yang non-negatif, seperti pada persamaan (1),

$$X^{(0)} = (x^{(0)}(1), x^{(0)}(2), \dots, x^{(0)}(n)), \quad (1)$$

dengan $x^{(0)}(k) \geq 0, k = 1, 2, \dots, n$, dimana k menyatakan urutan data dan n menyatakan banyak data yang digunakan. Kemudian $X^{(1)}$ dinyatakan sebagai 1-AGO atau barisan data akumulasi satu kali, yang ditunjukkan pada persamaan (2),

$$X^{(1)} = (x^{(1)}(1), x^{(1)}(2), \dots, x^{(1)}(n)), \tag{2}$$

dengan $x^{(1)}(k) = \sum_{i=1}^k x^{(0)}(i), k = 1, 2, \dots, n$. Kemudian asumsikan juga $\alpha^{(1)}X^{(0)}$ sebagai barisan 1-IAGO, yang ditunjukkan pada persamaan (3),

$$\alpha^{(1)}X^{(0)} = (\alpha^{(1)}x^{(0)}(2), \alpha^{(1)}x^{(0)}(3), \dots, \alpha^{(1)}x^{(0)}(n)), \tag{3}$$

dengan $\alpha^{(1)}x^{(0)}(k) = x^{(0)}(k) - x^{(0)}(k-1)$ dan $k = 2, 3, \dots, n$. Selanjutnya, asumsikan juga $Z^{(1)}$ sebagai barisan *Mean Generating Operation* (MGO) atau barisan rata-rata yang dihasilkan dari dua data $X^{(1)}$ yang berurutan, yang ditunjukkan oleh persamaan (4),

$$Z^{(1)} = (z^{(1)}(2), z^{(1)}(3), \dots, z^{(1)}(k)), \tag{4}$$

dengan $z^{(1)}(k) = \frac{x^{(1)}(k) + x^{(1)}(k-1)}{2}$ dan $k = 2, 3, \dots, n$, sehingga diperoleh persamaan diferensial MG(2,1) yang memenuhi syarat *horizontal mapping relation*, yakni,

$$\alpha^{(1)}x^{(0)}(k) + c_1x^{(0)}(k) + c_2z^{(1)}(k) = g, \tag{5}$$

dengan c_1 dan c_2 merupakan *developing coefficient* dan g merupakan nilai input Grey. Nilai parameter c_1, c_2 dan g dapat dihitung menggunakan persamaan (6), (7) dan (8),

$$c_1 = \frac{\begin{aligned} & ((n-1) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) - \sum_{k=2}^n \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k)) \sum_{k=2}^n [z^{(1)}(k)]^2 \\ & - ((\sum_{k=2}^n z^{(1)}(k))^2 \cdot \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) + \sum_{k=2}^n \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) \\ & + ((1-n) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) + \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k)) \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k) \cdot \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) \end{aligned}}{\begin{aligned} & ((1-n) \sum_{k=2}^n [x^{(0)}(k)]^2 + (\sum_{k=2}^n x^{(0)}(k))^2) \sum_{k=2}^n [z^{(1)}(k)]^2 + (\sum_{k=2}^n z^{(1)}(k))^2 \cdot \sum_{k=2}^n [x^{(0)}(k)]^2 \\ & + ((n-1) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) - 2 \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k)) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) \end{aligned}} \tag{6}$$

dan

$$c_2 = \frac{\begin{aligned} & ((n-1) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) - \sum_{k=2}^n \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k)) \sum_{k=2}^n [x^{(0)}(k)]^2 \\ & + ((1-n) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) + \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k)) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) \\ & + \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) (\sum_{k=2}^n \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) - \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k) \cdot \alpha^{(1)}x^{(0)}(k)) \end{aligned}}{\begin{aligned} & ((1-n) \sum_{k=2}^n [z^{(1)}(k)]^2 + (\sum_{k=2}^n z^{(1)}(k))^2) \sum_{k=2}^n [x^{(0)}(k)]^2 + (\sum_{k=2}^n x^{(0)}(k))^2 \cdot \sum_{k=2}^n [z^{(1)}(k)]^2 \\ & + ((n-1) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) - 2 \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k) \cdot \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k)) \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) \cdot z^{(1)}(k) \end{aligned}} \tag{7}$$

serta

$$g = \frac{1}{n-1} \left[\sum_{k=2}^n \alpha^{(1)}x^{(0)}(k) + c_1 \sum_{k=2}^n x^{(0)}(k) + c_2 \sum_{k=2}^n z^{(1)}(k) \right]. \tag{8}$$

Selanjutnya, solusi umum MG(2,1) pada persamaan (5) diperoleh dengan persamaan (9),

$$\hat{x}^{(1)}(k+1) = \bar{x}^{(1)}(k+1) + \frac{g}{c_2}, \tag{9}$$

dimana $\bar{x}^{(1)}(k+1)$ adalah solusi umum dari persamaan homogen yang sesuai pada persamaan (5). Nilai dari $\bar{x}^{(1)}(k+1)$ dapat dihitung dengan memanfaatkan fungsi karakteristik yaitu $\lambda^2 + c_1\lambda + c_2 = 0$, dengan $\Delta = c_1^2 - 4c_2$.

Terdapat tiga situasi yang mungkin untuk menentukan nilai $\bar{x}^{(1)}(k+1)$, yaitu:

1. Jika nilai $\Delta > 0$, maka nilai $\bar{x}^{(1)}(k+1)$ dapat diperoleh menggunakan persamaan (10),

$$\bar{x}^{(1)}(k+1) = v_1 e^{\lambda_1 k} + v_2 e^{\lambda_2 k}, \tag{10}$$

dengan nilai $\lambda_1 = \frac{-c_1 + \sqrt{c_1^2 - 4c_2}}{2}$ dan $\lambda_2 = \frac{-c_1 - \sqrt{c_1^2 - 4c_2}}{2}$.

2. Jika nilai $\Delta = 0$, maka nilai $\bar{x}^{(1)}(k + 1)$ dapat diperoleh menggunakan persamaan (11),

$$\bar{x}^{(1)}(k + 1) = e^{\frac{c_1}{2}k} (v_1 + v_2k), \tag{11}$$

dengan $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda$.

3. Jika nilai $\Delta < 0$, maka nilai $\bar{x}^{(1)}(k + 1)$ dapat diperoleh menggunakan persamaan (12),

$$\bar{x}^{(1)}(k + 1) = e^{\gamma k} (v_1 \cos(\beta k) + v_2 \sin(\beta k)), \tag{12}$$

dengan $\gamma = -\frac{c_1}{2}$ dan $\beta = \frac{\sqrt{4c_2 - c_1^2}}{2}$.

Nilai peramalan MG(2,1) dapat dihitung menggunakan persamaan (13), dengan memanfaatkan nilai $\hat{x}^{(1)}(k + 1)$ dari persamaan (9),

$$\hat{x}^{(0)}(k + 1) = \hat{x}^{(1)}(k + 1) - \hat{x}^{(1)}(k). \tag{13}$$

2.2 Rantai Markov

Misalkan suatu proses stokastik $X(n)$ dengan indeks parameter $n = \{0,1,2, \dots\}$ dan ruang keadaan $i = \{0,1,2, \dots\}$ berlaku:

$$\begin{aligned} P\{X(n + 1) = j | X(0) = i_0, X(1) = i_1, \dots, X(n - 1) = i_{n-1}, X(n) = i\} \\ P\{X(n + 1) = j | X(n) = i\} = p_{ij}, \forall i_0, i_1, \dots, i_{n-1}, i, j, n, \end{aligned} \tag{14}$$

maka proses tersebut dinamakan rantai Markov dengan waktu diskrit dan p_{ij} merupakan peluang transisi dari keadaan i ke keadaan j (Osaki, 1992). Selanjutnya, matriks peluang transisi keadaan satu langkah dari rantai Markov didefinisikan sebagai:

$$\mathbf{P} = [p_{ij}] = \begin{bmatrix} p_{00} & p_{01} & p_{02} & \dots & p_{0k} \\ p_{10} & p_{11} & p_{12} & \dots & p_{1k} \\ p_{20} & p_{21} & p_{22} & \dots & p_{2k} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ p_{k0} & p_{k1} & p_{k2} & \dots & p_{kk} \end{bmatrix}, \tag{15}$$

dengan $p_{ij} \geq 0$ dan $\sum_{j=0}^{\infty} p_{ij} = 1$ ($i, j = 0,1,2, \dots, k$).

2.3 Logika Fuzzy

Logika *fuzzy* pertama kali dikembangkan oleh Zadeh (1965) dari teori himpunan *fuzzy*. Dalam teori tersebut, derajat keanggotaan berperan penting dalam menentukan apakah suatu elemen ada atau tidak dalam himpunan. Derajat keanggotaan ini direpresentasikan dalam bentuk fungsi keanggotaan, yang kini menjadi ciri dari proses penalaran dengan logika *fuzzy* (Kusumadewi dan Purnomo, 2010). Pada logika klasik hanya mengetahui dua nilai, 0 atau 1, sedangkan logika *fuzzy* menggeneralisasi logika dua-nilai klasik dengan menyatakan derajat kebenaran dari suatu proposisi menjadi suatu bilangan interval $[0,1]$ (Wang, 1997). Secara umum, proses penerapan logika *fuzzy* terdiri atas dua tahap yaitu proses fuzzifikasi dan defuzzifikasi.

2.4 Akurasi Peramalan

Mean Absolute Percentage Error (MAPE) merupakan salah satu metode evaluasi peramalan yang paling banyak digunakan. MAPE dinyatakan sebagai rata-rata dari nilai kesalahan, yang

mempertimbangkan pengaruh dari besarnya nilai aktual terhadap model. MAPE dapat dihitung menggunakan persamaan (16) (Lawrence dkk., 2009),

$$MAPE = \frac{\sum_{t=1}^n \left| \frac{Y(t) - \hat{Y}(t)}{Y(t)} \right|}{n}, \quad (16)$$

dengan

n : banyaknya data yang diprediksi

$Y(t)$: data aktual pada waktu t

$\hat{Y}(t)$: data peramalan pada waktu t .

Semakin rendah nilai MAPE yang diperoleh, maka semakin akurat model peramalan yang digunakan. Tabel 1 menyajikan skala untuk menilai akurasi peramalan berdasarkan ukuran MAPE.

Tabel 1 Skala penilaian kesalahan peramalan berdasarkan MAPE

MAPE	Tingkat akurasi
$\leq 10\%$	Peramalan sangat akurat
$10\% < MAPE \leq 20\%$	Peramalan akurat
$20\% < MAPE \leq 50\%$	Peramalan wajar
$> 50\%$	Peramalan tidak akurat

(Lewis (1982) dalam Lawrence dkk. (2009, p. 60))

3 METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah MFGM(2,1), yang merupakan perluasan dari MG(2,1), dengan menggabungkan logika *fuzzy* dan rantai Markov ke dalam proses peramalannya. Selanjutnya, metode ini diterapkan pada data harga emas harian seberat satu gram di Indonesia sejak 1 Februari 2024 hingga 1 Maret 2024. Data tersebut diperoleh dari situs resmi PT ANTAM Tbk Unit Bisnis Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia (<https://logammulia.com>).

3.2 Peramalan Model *Fuzzy* Grey Markov (2,1)

Model *Fuzzy* Grey Markov (2,1) atau MFGM(2,1) merupakan metode peramalan gabungan yang memanfaatkan turunan dari MG(1,1), yaitu MG(2,1), sebagai inisiasi awal peramalannya. Penggunaan MG(2,1) membuat MFGM(2,1) menjadi model peramalan yang dapat dipertimbangkan untuk digunakan pada peramalan data non-monotonik. Pada konsepnya, MFGM(2,1) memanfaatkan nilai eror relatif yang diperoleh dari hasil peramalan MG(2,1) ke dalam kelas-kelas interval. Selanjutnya, dilakukan proses fuzzifikasi dengan memanfaatkan rantai Markov untuk membentuk matriks peluang transisi keadaan, dan diakhiri proses defuzzifikasi untuk memperoleh hasil peramalan dengan metode MFGM(2,1).

Langkah-langkah peramalan menggunakan MFGM(2,1) adalah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai peramalan harga emas menggunakan MG(2,1) berdasarkan persamaan (1-13).
2. Menghitung nilai eror relatif ($\varepsilon(k)$) dengan mensubstitusikan hasil peramalan MG(2,1) ke dalam persamaan (17).

$$\varepsilon(k) = \frac{x^{(0)}(k) - \hat{x}^{(0)}(k)}{x^{(0)}(k)} \times 100. \quad (17)$$

3. Mendefinisikan *Universe of Discourse* dari data pengamatan melalui interval (Tsaur, 2012) :

$$U = [D_{min} - D_1, D_{max} + D_2], \quad (18)$$

dengan D_{min} merupakan data dengan nilai paling minimum, D_{max} merupakan data dengan nilai paling maksimum, serta D_1 dan D_2 adalah konstanta sembarang.

4. Mempartisi U ke dalam interval kelas-kelas eror dengan menentukan banyak kelas interval (K) yang disesuaikan dengan kebutuhan data pengamatan, dan menentukan panjang interval (l) dihitung dengan rumus berikut:

$$l = \frac{[(D_{max} + D_2) - (D_{min} - D_1)]}{K} \tag{19}$$

Kemudian interval dari tiap kelas yang ada diperoleh dengan formula seperti persamaan (20),

$$u_i = [D_{min} - D_1 + (i - 1)l, D_{max} + D_2 + il], \tag{20}$$

dengan $i = 1, 2, \dots, K$. Untuk interval tiap kelas yang ada ditulis menjadi $u_1 = [d_0, d_1]$, $u_2 = [d_1, d_2], \dots, u_i = [d_{(i-1)}, d_i]$, dimana tiap anggota himpunan mewakili kondisi tertentu.

5. Menentukan fungsi keanggotaan untuk tiap keadaan *fuzzy* untuk mengubah nilai tegas menjadi nilai *fuzzy*. Fungsi keanggotaan *fuzzy* dengan memanfaatkan representasi segitiga dapat direpresentasikan sebagai (Nagarajan dkk., 2022):

$$\mu_1(x) = \begin{cases} 1; d_0 \leq x \leq \frac{d_0 + d_1}{2} \\ \frac{d_1 + d_2 - 2x}{d_2 - d_0}; \frac{d_0 + d_1}{2} \leq x \leq \frac{d_1 + d_2}{2} \\ 0; \text{otherwise,} \end{cases} \tag{21}$$

$$\mu_i(x) = \begin{cases} \frac{2x - d_{i-2} - d_{i-1}}{d_i - d_{i-2}}; \frac{d_{i-2} + d_{i-1}}{2} \leq x \leq \frac{d_{i-1} + d_i}{2} \\ \frac{d_{i+1} - d_{i-1} - 2x}{d_{i+1} - d_{i-1}}; \frac{d_{i-1} + d_i}{2} \leq x \leq \frac{d_i + d_{i+1}}{2} \\ 0; \text{otherwise,} \end{cases} \tag{22}$$

dan

$$\mu_n(x) = \begin{cases} \frac{2x - d_{n-2} - d_{n-1}}{d_n - d_{n-2}}; \frac{d_{n-2} + d_{n-1}}{2} \leq x \leq \frac{d_{n-1} + d_n}{2} \\ 1; \frac{d_{n-1} + d_n}{2} \leq x \leq d_n \\ 0; \text{otherwise,} \end{cases} \tag{23}$$

6. Menghitung derajat keanggotaan dari tiap keadaan *fuzzy* dengan mensubstitusikan nilai eror relatif tiap keadaan ke fungsi keanggotaan yang sesuai, untuk menghasilkan vektor *fuzzy* yang dinyatakan sebagai:

$$F(\varepsilon(k)) = \{\mu_{A_1}(\varepsilon(k)), \mu_{A_2}(\varepsilon(k)), \dots, \mu_{A_n}(\varepsilon(k))\}, \tag{24}$$

dengan $\mu_{A_i}(\varepsilon(k))$ adalah fungsi keanggotaan dari eror relatif ($\varepsilon(k)$) pada himpunan *fuzzy* A_i .

7. Membuat matriks peluang transisi keadaan satu langkah dari tiap transisi keadaan *fuzzy* menggunakan persamaan (15).
8. Melakukan fuzzifikasi untuk keadaan selanjutnya dengan mengalikan vektor *fuzzy* periode sebelumnya dengan matriks peluang transisi satu langkah (Nagarajan dkk., 2022).

$$F(\varepsilon(k + 1)) = F(\varepsilon(k)) \times \mathbf{P} = \{\mu_{A_1}(\varepsilon(k + 1)), \mu_{A_2}(\varepsilon(k + 1)), \dots, \mu_{A_n}(\varepsilon(k + 1))\}, \tag{25}$$

dengan $\mu_{A_i}(\varepsilon(k + 1))$ merupakan nilai keanggotaan dari $\varepsilon(k + 1)$ himpunan *fuzzy* A_i .

9. Melakukan defuzzifikasi dengan mengubah bentuk fuzzifikasi dari nilai eror relatif yang merupakan hasil fuzzifikasi menjadi bentuk nilai tegas dengan memanfaatkan persamaan (26) (Geng dkk., 2015).

$$\varepsilon(k + 1) = \frac{1}{2} \left[\sum_{i=1}^n \mu_{A_i}(\varepsilon(k + 1))(d_{i-1} + d_i) \right], \tag{26}$$

dengan d_{i-1} adalah batas bawah interval dan d_i adalah batas atas kelas interval.

10. Menghitung nilai peramalan dari MFGM(2,1) menggunakan persamaan (27) (Geng dkk., 2015),

$$\hat{y}(k + 1) = \frac{\hat{x}^{(0)}(k + 1)}{1 - \varepsilon(k + 1)}, k = 1, 2, \dots, n, \tag{27}$$

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penerapan MFGM(2,1) pada Data Harga Emas di Indonesia

Langkah pertama dalam meramalkan harga emas adalah dengan menghitung nilai inisiasi peramalan menggunakan MG(2,1) menggunakan persamaan (1) hingga persamaan (13). Hasilnya ditunjukkan pada Tabel 2, yang juga menunjukkan nilai kesalahan relatif antara nilai aktual dan nilai prediksi.

Tabel 2. Hasil peramalan harga emas menggunakan MG(2,1)

Data ke- (k)	Data Aktual	MG(2,1)	Relatif Error
1	1,143,000	1,143,000	0
2	1,151,000	1.143.872,650	0,6192
⋮	⋮	⋮	⋮
29	1,138,000	2.043.988,584	-79,6124
30	1,142,000	2.262.679,143	-98,133

Kemudian, nilai eror relatif digunakan untuk menentukan *Universe of Discourse*, yang akan dibagi ke dalam kelas-kelas eror dengan panjang yang sama. Berdasarkan hasil perhitungan, ditentukan lima kelas eror yang didefinisikan dalam interval $U = [-98,2, 0,7]$, sedangkan interval tiap kelas dapat direpresentasikan dengan keadaan seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil peramalan harga emas menggunakan MG(2,1)

Himpunan fuzzy	Kondisi	Interval
A_1	Harga emas sangat rendah	$[-98,20, -78,42]$
A_2	Harga emas rendah	$[-78,42, -58,64]$
A_3	Harga emas sedang	$[-58,64, -38,86]$
A_4	Harga emas tinggi	$[-38,86, -19,08]$
A_5	Harga emas sangat tinggi	$[-19,08, 0,70]$

Selanjutnya, Fungsi keanggotaan untuk tiap keadaan fuzzy, yaitu $\mu_1(x)$, $\mu_2(x)$, $\mu_3(x)$, $\mu_4(x)$ dan $\mu_5(x)$ dibentuk menggunakan persamaan (21-23), sebagai berikut:

$$\mu_1(x) = \begin{cases} 1 & ; -98,20 \leq x \leq -88,31 \\ \frac{-137,06 - 2x}{39,56} & ; -88,31 \leq x \leq -68,53 \\ 0 & ; \text{lainnya,} \end{cases}$$

$$\mu_2(x) = \begin{cases} \frac{2x + 176,62}{39,56} ; -88,31 \leq x \leq -68,53 \\ \frac{-97,5 - 2x}{39,56} ; -68,53 \leq x \leq -48,75 \\ 0 ; \text{lainnya,} \end{cases}$$

$$\mu_3(x) = \begin{cases} \frac{2x + 137,06}{39,56} ; -68,53 \leq x \leq -48,75 \\ \frac{-57,94 - 2x}{39,56} ; -48,75 \leq x \leq -28,97 \\ 0 ; \text{lainnya,} \end{cases}$$

$$\mu_4(x) = \begin{cases} \frac{2x + 97,5}{39,56} ; -48,75 \leq x \leq -28,97 \\ \frac{-18,38 - 2x}{39,56} ; -28,97 \leq x \leq -9,19 \\ 0 ; \text{lainnya,} \end{cases}$$

dan

$$\mu_5(x) = \begin{cases} \frac{2x + 57,94}{39,56} ; -28,97 \leq x \leq -9,19 \\ 1 ; -9,19 \leq x \leq 0,70 \\ 0 ; \text{lainnya.} \end{cases}$$

Kemudian derajat keanggotaan dari tiap keadaan *fuzzy* untuk data ke-1 dihitung dengan mensubstitusikan nilai eror relatif data ke-1 ke dalam fungsi keanggotaan *fuzzy*. Nilai kesalahan relatif hari ke-1 adalah 0, sehingga derajat keanggotaannya adalah $\mu_1(x) = 0$, $\mu_2(x) = 0$, $\mu_3(x) = 0$, $\mu_4(x) = 0$ dan juga $\mu_5(x) = 1$. Sebagai hasilnya, vektor *fuzzy* untuk data ke-1 adalah (0, 0, 0, 0, 1). Lalu matriks peluang transisi satu langkah dibentuk menggunakan persamaan (15) menghasilkan,

$$P = \begin{bmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0,5 & 0,5 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0,33333333 & 0,06666667 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0,04545455 & 0,95454545 \end{bmatrix}$$

Selanjutnya, bentuk fuzzifikasi dari nilai eror relatif peramalan harga emas untuk data ke-2 dihitung dengan mengalikan vektor *fuzzy* data ke-1 dengan matriks peluang transisi satu langkah. Sebagai hasilnya, bentuk fuzzifikasi untuk data ke-2 adalah (0, 0, 0, 0,045455, 0,954545). Oleh karena itu dapat dihitung nilai tegas dari eror relatif peramalan harga emas untuk data ke-2 menggunakan persamaan (26), sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \varepsilon(k + 1) &= (0) \left(\frac{-98,20 - 78,42}{2} \right) + (0) \left(\frac{-78,42 - 58,64}{2} \right) + (0) \left(\frac{-58,64 - 38,86}{2} \right) \\ &+ (0,045455) \left(\frac{-38,86 - 19,08}{2} \right) + (0,954545) \left(\frac{-19,08 + 0,70}{2} \right) \\ &= -10,08909091. \end{aligned}$$

Akhirnya, peramalan harga emas untuk data ke-2 menggunakan MFGM(2,1) dihitung menggunakan persamaan (27), diperoleh:

$$\hat{y}^{(0)}(k + 1) = \frac{1.151.000}{1 - (-0,1008909091)} = 1.039.042,688.$$

Selanjutnya, dengan cara yang sama, dapat dihitung nilai peramalan harga emas menggunakan MFGM(2,1) untuk data ke-3 sampai data ke-30. Hasil peramalan harga emas menggunakan MFGM(2,1) ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil peramalan harga emas menggunakan MFGM(2,1)

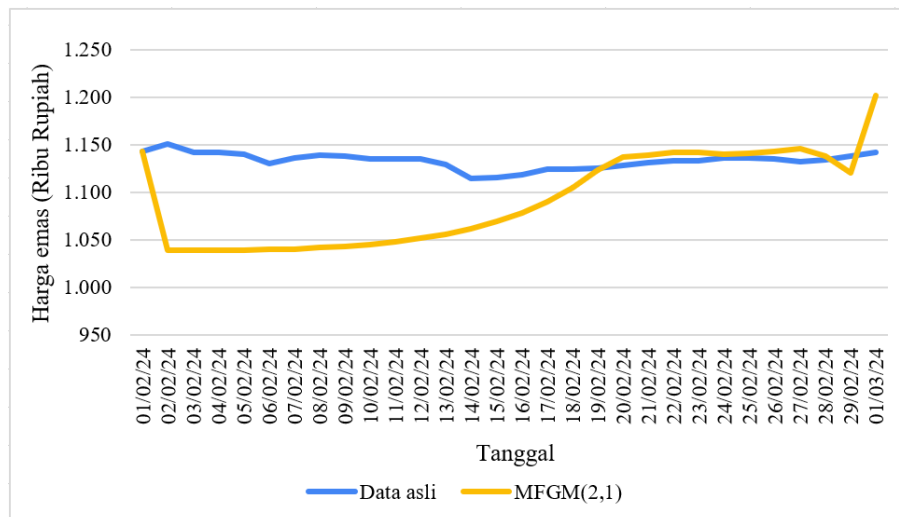
Data ke- (<i>k</i>)	Data Aktual	MFGM(2,1)
1	1,143,000	1.143.000
2	1,151,000	1.039.042,688
⋮	⋮	⋮
29	1,138,000	1.119.864,290
30	1,142,000	1.201.571,421

4.2 Akurasi hasil peramalan menggunakan MFGM(2,1)

Salah satu metode evaluasi peramalan yang banyak digunakan adalah MAPE, yang mengukur persentase rata-rata nilai absolut dari selisih antara nilai peramalan terhadap nilai aktual. Nilai MAPE dari hasil peramalan harga emas menggunakan MFGM(2,1) berdasarkan persamaan (16), diperoleh:

$$MAPE = \frac{1,296}{30} \times 100 = 4,32\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode MFGM(2,1) menghasilkan nilai MAPE yang kecil, sehingga memberikan hasil peramalan harga emas yang sangat akurat. Kemudian grafik perbandingan hasil peramalan harga emas di Indonesia menggunakan MFGM(2,1) dan harga aktualnya disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik hasil peramalan harga emas di Indonesia menggunakan MFGM(2,1)

Berdasarkan Gambar 1, terlihat bahwa grafik hasil peramalan harga emas di Indonesia menggunakan MFGM(2,1) sedikit menjauh dari nilai aktual pada awal periode peramalan, kemudian mulai dari data ke-19 hasil prediksi cenderung mendekati nilai aktualnya.

5 SIMPULAN

Hasil peramalan harga emas di Indonesia menunjukkan bahwa metode MFGM(2,1) memberikan nilai peramalan yang lebih rendah dari nilai aktual pada awal periode peramalan, kemudian mulai dari data ke-19 hasil prediksi cenderung mendekati nilai aktualnya. Walaupun begitu, metode ini tetap memberikan hasil peramalan yang sangat akurat dengan nilai MAPE sebesar 4,32%. Dengan demikian, metode MFGM(2,1) dapat diandalkan untuk melakukan peramalan harga emas di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, T. (2017). Sistem Peramalan Harga Emas Antam Menggunakan Double Exponential Smoothing. *Intensif*, 1(1), 1.
- Geng, N., Zhang, Y., Sun, Y., Jiang, Y., & Chen, D. (2015). Forecasting China's Annual Biofuel Production Using an Improved Grey Model. *Energies*, 8(10), 12080–12099.
- Govindan, K., Ramalingam, S., & Broumi, S. (2021). Traffic volume prediction using intuitionistic fuzzy Grey-Markov model. *Neural Computing and Applications*, 33(19), 12905–12920.
- Kusumadewi, S., & Purnomo, H. (2010). *Aplikasi Logika Fuzzy : untuk Pendukung Keputusan*. 2nd edn. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lawrence, K.D., Klimberg, R.K., & Lawrence, S.M. (2009). Fundamentals of forecasting using Excel. *Industrial Press*.
- Li, X., & He, X. (2015). Two Order Grey Markov Prediction Modeling and Its Application. *International Industrial Informatics and Computer Engineering Conference*.
- Li, X., Li, D., Zhang, X., Wei, G., Bai, L. dan Wei, Y. (2021) 'Forecasting regular and extreme gold price volatility: The roles of asymmetry, extreme event, and jump', *Journal of Forecasting*, 40(8), pp. 1501–1523.
- Liu, S., & Lin, Y. (2006). *Grey information : theory and practical applications*. London: Springer-Verlag.
- Makala, D., & Li, Z. (2021). Prediction of gold price with ARIMA and SVM. *Journal of Physics: Conference Series*, 1767(1), 012022.
- Nagarajan, D., Sujatha, R., Kuppaswami, G., & Kavikumar, J. (2022). Real-time forecasting of the COVID 19 using fuzzy grey Markov: a different approach in decision-making. *Computational and Applied Mathematics*, 41(6), 248.
- Osaki, S. (1992). *Applied Stochastic System Modeling*. Japan: Springer.
- Rathnayaka, R.M.K.T., Seneviratna, D.M.K.N., & Jianguo, W. (2015). Grey system based novel Sapproach for stock market forecasting. *Grey Systems*, 5(2), 178–193.
- Samet, H., & Mojallal, A. (2014). Enhancement of electric arc furnace reactive power compensation using Grey-Markov prediction method. *IET Generation, Transmission and Distribution*, 8(9), 1626–1636.
- Tsaur, R.-C. (2012). A fuzzy time series-markov chain model with an application to forecast the exchange rate between the taiwan and us dollar. *International Journal of Innovative Computing, Information and Control*, 8(7), 4931–4942.
- Wang, L.-X. (1997). *A Course in Fuzzy Systems and Control*. New Jearsy: Prentice Hall.
- Zadeh, L.A. (1965). Fuzzy sets. *Information and Control*, 8(3), 338–353.

KOMUNIKASI TERAPEUTIK PENGASUH PADA LANSIA DI PANTI SOSIAL (Studi Kasus Mengenai Komunikasi Terapeutik Pengasuh Pada Lansia Dalam Mencegah Terjadinya Hipertensi Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi Bandung)

Selvy Rachmawati, Shinta Hartini Putri, Nugraha Sugiarta, Achwan Noorlistyo Adi, Anggita Lestari, Faisal Reza

Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: slvyrchmwt@gmail.com; shintahartiniputri11@gmail.com; nugrahasugiarta@unibi.ac.id; achwannoorlistyo@unibi.ac.id; anggitaPARTAWIJAYA@gmail.com; faisalreza@unibi.ac.id

Abstrak

Komunikasi terapeutik merupakan teknik yang digunakan untuk memahami perilaku pasien dan membantu pasien dalam menghadapi masalah. Komunikasi terapeutik ini telah diterapkan di Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi oleh para pengasuh lansia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi terapeutik yang digunakan pengasuh, mengetahui alasan dan juga hambatan dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus dan menggunakan konsep komunikasi terapeutik. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada pengasuh setempat. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi menggunakan tiga belas teknik terapeutik kecuali teknik membagi persepsi. Teknik yang sering digunakan adalah bertanya dan mendengarkan. Selanjutnya alasan digunakannya teknik-teknik tersebut utamanya, guna membantu memahami keadaan lansia dan mencegah hipertensi. Hambatan komunikasi terapeutik yang ditemukan adalah hambatan fisik seperti gangguan pendengaran pada lansia dan hambatan dari penerima pesan lainnya seperti enggan memberikan tanggapan dan memilih menyendiri.

Kata Kunci: Komunikasi Terapeutik, Lansia, Hipertensi, Studi Kasus

Abstract

Therapeutic communication is a technique used to understand patient behavior and help patients deal with problems. This therapeutic communication has been implemented at the Tresna Werdha Budi Pertiwi Social Institution by elderly caregivers. This study aims to determine the therapeutic communication techniques used by caregivers, knowing the reasons and also obstacles in its implementation. This research uses a qualitative approach with a case study research design and uses the concept of therapeutic communication. The data collection techniques used were interviews, observations and documentation conducted on local caregivers. The results of this study found that the Tresna Werdha Budi Pertiwi Social Institution used thirteen therapeutic techniques except for the technique of dividing perception. Techniques that are often used are asking and listening. Furthermore, the reason for using these techniques is mainly to help understand the condition of the elderly and prevent hypertension. Therapeutic communication barriers found are physical barriers such as hearing loss in the elderly and obstacles from other message recipients such as reluctant to respond and choose to be alone.

Keywords: Therapeutic Communication, Elderly, Hypertension, Case Studies

1 PENDAHULUAN

Lansia sering kali di tempatkan di panti jompo. Panti jompo (rumah perawatan) merupakan sebuah tempat tinggal atau tempat penampungan bagi orang-orang yang sudah tua (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2023). Di Kota Bandung terdapat salah satu panti jompo yakni Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi yang telah berdiri sejak tahun 1948. Di dalam panti jompo ini terdapat sebanyak 22 lansia yang ada dan rata – rata berusia diatas 70 tahun. Lansia yang tinggal di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi merupakan lansia yang mengidap penyakit tekanan darah tinggi atau hipertensi.

Dari hasil pra observasi yang dilakukan peneliti, para lansia di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi yang mengalami hipertensi sering marah kepada pengasuh ataupun dengan teman sekamarnya. Selain itu, ada lansia yang sering tidur saat hipertensi kambuh dan tidak mengikuti aktivitas sehari-hari yang ada di panti jompo. Para lansia di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi yang mengalami hipertensi biasanya rutin minum obat penurun hipertensi untuk menjaga tekanan darahnya agar tetap stabil.

Peran pengasuh sangat dibutuhkan untuk menjaga lansia agar bisa tetap dalam keadaan sehat. Namun, seringkali pengasuh mengalami kesulitan dari lansia yang mengalami hipertensi, utamanya adalah kesulitan dalam berkomunikasi karena berbagai faktor. Komunikasi sangat penting dan bermanfaat bagi pasien karena komunikasi yang baik dapat memahami perilaku pasien dan membantu pasien dalam menghadapi masalah yang dihadapinya (Prasanti, 2017). Pengasuh di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi berperan penting dalam merawat lansia sehari – harinya. Sedangkan secara etimologis, Pengasuh berasal dari kata "asuh" yang berarti memimpin ataupun membimbing (Wahyudi, 2021). Hubungan saling memberi dan menerima antar perawat dengan pasien dalam pelayanan keperawatan disebut sebagai komunikasi terapeutik.

Menurut Stuart dan Laraia komunikasi terapeutik merupakan hubungan interpersonal yang saling menguntungkan sehingga perawat dan klien memperoleh pengalaman belajar bersama serta memperbaiki pengalaman emosional klien (Suryani, 2016). Menurut Mulyana dalam (Ayuningtyas & Prihatiningsih, 2017) komunikasi terapeutik termasuk pada komunikasi interpersonal yang dilakukan secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi terapeutik yang digunakan pengasuh untuk menjaga lansia merupakan hal penting mengingat hukum yang berlaku di Indonesia. Dalam UU RI No 13 tahun 1998, lanjut usia atau lansia merupakan orang yang telah mencapai usia 60 tahun keatas yang mempunyai persamaan hak dalam bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Selain itu, Lansia mempunyai resiko yang tinggi terkena penyakit degeneratif seperti penyakit jantung, diabetes, hipertensi, rematik, dan kanker (Setyanto, 2017). Salah satu penyakit yang sering dialami oleh lansia yaitu tekanan darah tinggi atau hipertensi. Dari populasi yang mengidap penyakit hipertensi sebesar 34,1% diketahui bahwa sebesar 8,8% terdiagnosis hipertensi dan 13,3% orang yang terdiagnosis hipertensi tidak minum obat serta 32,3% tidak rutin minum obat. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penderita Hipertensi tidak mengetahui bahwa dirinya Hipertensi sehingga tidak mendapatkan pengobatan (Badan Pusat Statistik, 2022).

Pada penelitian ini juga, penulis berfokus pada empat belas teknik menurut Suryani yaitu diantara lain Teknik bertanya, teknik mendengarkan, teknik mengulang, teknik klarifikasi, teknik refleksi, teknik memfokuskan, teknik diam, teknik menyimpulkan, teknik memberi informasi, teknik mengubah cara pandang, teknik eksplorasi, teknik identifikasi tema dan teknik humor. Penulis memilih menggunakan empat belas teknik komunikasi terapeutik menurut Suryani, alasannya karena pada penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana teknik - teknik komunikasi terapeutik yang dilakukan pengasuh pada lansai dalam mencegah terjadinya hipertensi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan penulis kemukakan sebagai berikut :

1. Bagaimana teknik komunikasi terapeutik pengasuh pada lansia dalam mencegah terjadinya hipertensi di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi?
2. Mengapa pengasuh menggunakan teknik komunikasi terapeutik pada lansia dalam mencegah terjadinya hipertensi di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi?
3. Bagaimana hambatan komunikasi terapeutik pengasuh pada lansia dalam mencegah terjadinya hipertensi di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi?

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Terapeutik

Komunikasi terapeutik adalah komunikasi yang dirancang dan direncanakan dengan tujuan untuk meningkatkan hubungan antara perawat dengan pasien untuk membantu dalam menghadapi stress, untuk mengatasi gangguan mental, untuk memberikan kenyamanan sehingga dapat mempercepat kesembuhan pada pasien. Komunikasi terapeutik bukan tentang apa yang dilakukan oleh seorang perawat, melainkan bagaimana perawat itu melakukan komunikasi dengan pasien yang saling membantu antara perawat dengan pasien yang bertujuan untuk kesembuhan pasien tersebut (Kementrian Kesehatan, 2023).

Komunikasi terapeutik mempunyai peranan penting dalam membantu menyelesaikan permasalahan serta kesembuhan pada pasien. Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi menggunakan komunikasi terapeutik untuk mencegah terjadinya hipertensi.

2.2 Tujuan Komunikasi Terapeutik

Komunikasi terapeutik bertujuan untuk mengembangkan kepribadian klien atau pasien ke arah yang lebih positif atau adaptif. Menurut (Suryani, 2016 : 16-17) tujuan lain dari komunikasi terapeutik adalah sebagai berikut :

1. Relasi Diri, Penerimaan Diri, Dan Peningkatan Penghormatan Diri.
2. Kemampuan Membina Hubungan Interpersonal Yang Tidak Superfisial Dan Saling Bergantung Dengan Orang Lain.
3. Peningkatan Fungsi Dan Kemampuan Untuk Memuaskan Kebutuhan Serta Mencapai Tujuan Yang Realistik.
4. Peningkatan Identitas Dan Integritas Diri.

2.3 Prinsip – Prinsip Komunikasi Terapeutik

Menurut Damayanti dalam (Hanna, 2020) ada beberapa prinsip – prinsip komunikasi terapeutik yang dapat diterapkan yaitu :

1. Perawat harus mengenal dirinya sendiri berarti menghayati, memahami dirinya serta nilai yang dianut.
2. Komunikasi harus ditandai dengan sikap saling menerima, saling percaya, dan saling menghargai antara perawat dengan pasien.
3. Perawat harus menyadari pentingnya kebutuhan pasien baik secara fisik ataupun secara mental.
4. Perawat harus bisa menciptakan suasana yang memungkinkan pasien bisa berkembang tanpa adanya rasa takut.
5. Perawat harus bisa menciptakan suasana yang memungkinkan pasien memiliki motivasi untuk mengubah dirinya lebih baik.
6. Perawat harus menguasai perasaan sendiri secara bertahap untuk mengetahui dan mengatasi rasa bahagia, sedih, marah, keberhasilan ataupun frustrasi.

7. Mampu menentukan batas waktu yang sesuai dan dapat mempertahankan konsistensinya.
8. Mampu memahami arti empati sebagai tindakan yang terapeutik dan sebaliknya simpati bukan tindakan yang terapeutik.
9. Jujur dan bisa berkomunikasi terbuka yang merupakan dasar dari hubungan terapeutik.
10. Mampu berperan sebagai role model agar dapat menunjukkan dan meyakinkan orang lain tentang Kesehatan.
11. Dianjurkan untuk mengekspresikan perasaan bila dianggap mengganggu.
12. Altruism untuk bisa mendapatkan kepuasan dengan menolong orang lain secara manusiawi.

2.4 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Komunikasi Terapeutik

Menurut Potter dan Perry dalam (Ananda & Irma, 2018) beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penerapan komunikasi terapeutik yaitu sebagai berikut :

1. Persepsi, yang dapat mempengaruhi berjalannya komunikasi terapeutik karena memiliki pendapat yang berbeda dari seorang pasien atau perawat akan mempengaruhi jalannya komunikasi.
2. Peranan dan Hubungan, peran dan hubungan mempengaruhi proses komunikasi dari permasalahan yang disampaikan dan cara menyampaikan informasi tersebut, komunikator yang belum mengembangkan hubungan dekat dengan komunikan maka akan berkomunikasi dengan cara formal.
3. Nilai, yaitu keyakinan yang dimiliki oleh masing - masing individu. Nilai dapat mempengaruhi komunikasi karena nilai - nilai yang dimiliki perawat dalam menjalankan tugasnya tidak sama dengan yang dianut atau yang dipahami oleh pasien.
4. Latar Belakang Budaya, Perbedaan latar belakang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi terapeutik karena setiap budaya memiliki perbedaan satu sama lainnya seperti bahasa ataupun kebiasaan yang dilakukan sehari - hari.
5. Emosi, Emosi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi terapeutik karena adanya komunikasi dalam masing - masing individu itu berbeda.
6. Lingkungan, Mempunyai lingkungan yang aman, tenang, dan bebas dari kebisingan akan memperlancar terjadinya komunikasi, namun sebaliknya.

2.5 Hambatan Komunikasi

Menurut Yunus dalam (Kurotaayuni, 2019) Hambatan komunikasi yang diartikan dari keseluruhan problematika di dalam jalannya suatu proses penyampaian dan penerima pesan. Hambatan komunikasi yang terjadi dengan adanya faktor yang mengiringi latar belakang seseorang, dikarenakan setiap manusia juga memiliki latar belakang yang berbeda dengan begitu dapat mempengaruhi pola komunikasinya.

Sedangkan Menurut Fajar dalam (Purnamasari, 2018) terdapat komponen hambatan dalam komunikasi, yaitu :

1. Hambatan dari pengirim pesan
2. Hambatan dalam penyandian/symbol
3. Hambatan penggunaan media
4. Hambatan dalam bahasa sandi
5. Hambatan dari penerima pesan.

2.6 Lanjut Usia atau Lansia

Menurut Undang-undang No.4 tahun 1965 bab 1 pasal 1 orang jompo atau lansia ialah setiap orang yang telah mencapai usia diatas 55 tahun, tidak mempunyai atau tidak berdaya mencari nafkah untuk keperluan pokok bagi hidupnya sehari -hari.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Robert K Yin dalam (Nisa, 2021), metode penelitian studi kasus merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam sebuah penelitian yang didalamnya menggunakan pokok pertanyaan penelitian *how* dan *why*. Selanjutnya, peneliti menggunakan teknik penentuan informan yang dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria informan utama dalam penelitian ini dipilih berdasarkan profesi mereka yaitu pengasuh di panti jompo. Mereka harus memiliki pengalaman merawat lansia di panti jompo minimal 2 tahun. Teknik pengumpulan data dilakukan secara primer yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi, yang dilakukan pada subjek yakni pengasuh di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber untuk menggali kebenaran informasi tertentu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sumber yang diperoleh yaitu Bapak Adi sebagai kepala asrama ataupun orang yang mengetahui semua permasalahan yang terjadi di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan memberikan gambaran secara terperinci mengenai hasil penelitian, yang dimulai dari akses informasi, profil informasi, dan hasil penelitian yang berupa observasi dan wawancara serta pembahasan. Peneliti berfokus pada studi kasus mengenai komunikasi terapeutik pengasuh pada lansia dalam mencegah terjadinya hipertensi di panti sosial tresna werdha budi pertiwi.

4.1 Teknik Komunikasi Terapeutik Pengasuh Pada Lansia Dalam Mencegah Terjadinya Hipertensi Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi

1. Teknik Bertanya
Digunakan saat menanyakan keadaan lansia dan mendorong lansia untuk mengungkapkan yang dirasakannya.
2. Teknik Mendengarkan
Digunakan untuk mendengarkan keluh kesah kehidupan lansia, utamanya ketika lansia dalam keadaan marah.
3. Teknik Mengulang
Digunakan saat mengingatkan obat yang harus dikonsumsi oleh lansia dan saat lansia yang kondisi fisiknya menurun.
4. Teknik Klarifikasi
Digunakan saat pengasuh tidak mengerti atau tidak menangkap maksud dari yang diungkapkan oleh lansia
5. Teknik Refleksi
Digunakan setelah lansia bercerita dengan selalu memberi respon.
6. Teknik Memfokuskan
Digunakan dengan cara membatasi topik supaya lansia tetap fokus dan berkomunikasi sesuai topiknya
7. Teknik Diam
Lansia bercerita mengenai apapun dan pengasuh sering berdiam, hal itu pun ditakutkan pengasuh karena takut dianggap pengasuh terlalu banyak berbicara ataupun perkataan yang menyinggung lansia

8. Teknik Menyimpulkan
Digunakan saat lansia kurang memahami topik pembicaraan dengan pengasuh sehingga dapat menyatukan pemikiran
9. Teknik Memberi Informasi
Pengasuh memberikan ajaran atau ilmu mengenai Kesehatan, misalnya pengasuh menjelaskan apa saja larangan yang tidak boleh dikonsumsi untuk mencegah ataupun mengobati hipertensi pada lansia.
10. Teknik Mengubah Cara Pandang
Digunakan saat lansia memikirkan hal negatif mengenai kesehatan atau keluarganya dengan cara memberi nasihat atau arahan.
11. Teknik Eksplorasi
Saat lansia tidak ingin mengungkapkan atau bercerita masalah dilakukan dengan cara bertanya pada teman terdekat lansia.
12. Teknik Membagi Persepsi
Tidak digunakan oleh pengasuh
13. Teknik Identifikasi Tema
Saat menghadapi lansia yang terlihat sendiri, melamun, diam, dan sebagainya
14. Teknik Humor
Dilakukan saat kondisi atau situasi yang tenang dengan cara bercanda, atau menyanyi dan menari bersama.

Teknik yang sering digunakan adalah teknik bertanya dan mendengarkan. Dengan adanya dapat mendorong lansia dengan cara bertanya atau mengatakan apa yang sedang terjadi pada lansia dengan tujuan agar pengasuh mengetahui keadaan lansia yang terpenting mengenai kesehatannya. Sedangkan, teknik mendengarkan membantu pengasuh untuk mengetahui lebih banyak mengenai lansia serta dapat menghindari terjadinya kesalahpahaman antara satu sama lain yang dapat membuat lansia tersinggung dan supaya lansia merasa ada orang yang mau mendengarkannya.

4.2 Alasan Pengasuh Menggunakan Teknik Komunikasi Terapeutik Pada Lansia Dalam Mencegah Terjadinya Hipertensi Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi

Terdapat alasan-alasan pengasuh menggunakan tiga belas teknik komunikasi terapeutik dan tidak menggunakan satu teknik komunikasi terapeutik yakni teknik membagi persepsi. Alasan - alasan tersebut diantaranya adalah menjadi tahu mengenai kondisi ataupun keadaan lansia, hubungan antara pengasuh dan lansia menjadi lebih dekat, agar lansia tidak mudah tersinggung, agar lansia mengingat hal-hal penting, agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pengasuh dengan lansia, agar lansia tidak tersinggung atas respon yang diberikan, untuk menggali lebih dalam mengenai kondisi ataupun kesehatan lansia, agar memahami pesan yang disampaikan oleh lansia, agar tidak terjadi sesuatu yang diinginkan pada lansia, untuk membantu pengasuh untuk mencari jalan keluar dari masalah, meningkatkan pengertian yang dilakukan pengasuh terhadap lansia, dan agar lansia dapat terhibur.

Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi tidak menggunakan teknik membagi persepsi, karena takut akan berdampak buruk pada hubungan antara pengasuh dan lansia nantinya. Oleh karena itu, pengasuh lebih memilih untuk memendamnya dan tidak mengatakan atau mengungkapkan hal apa yang sebenarnya pengasuh pikirkan mengenai lansia.

4.3 Hambatan Komunikasi Terapeutik Pengasuh Pada Lansia Dalam Mencegah Terjadinya Hipertensi Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi

Setiap proses komunikasi pada suatu interaksi kadang kala terjadi suatu kendala ataupun hambatan didalamnya sama halnya dengan komunikasi yang terjadi pada pengasuh dengan lansia di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi. Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan

bahwa hambatan komunikasi yang terjadi antara pengasuh dengan lansia adalah masalah fisik atau pendengaran lansia yang terganggu. Adapula hambatan lainnya yakni hambatan resistans yaitu; lansia tidak meminum obat secara teratur untuk kebaikan kesehatannya, lansia tidak mau menjawab ketika pengasuh menanyakan perihal hal apa yang sedang dipikirkan, dan lansia sering lebih memilih sendiri ketika sedang mempunyai masalah.

Dalam ilmu komunikasi hambatan yang terjadi berasal dari penerima pesan. Misalnya kurangnya perhatian pada saat menerima/ mendengarkan pesan, sikap/ prasangka/ tanggapan yang keliru dan tidak mencari informasi lebih lanjut. Solusi yang dilakukan pengasuh pada hambatan fisik yaitu dengan mengulang ataupun menanyakan secara terus menerus kepada lansia sehingga lansia dapat mengerti atas apa yang disampaikan oleh pengasuh. Sedangkan untuk hambatan resistans yaitu dengan memberikan nasehat agar lansia mengikuti apa yang diperintahkan oleh pengasuh

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 14 teknik komunikasi terapeutik, pengasuh hanya menggunakan 13 teknik dalam merawat lansia untuk mencegah terjadinya hipertensi di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi. Pengasuh merasa dengan ketiga belas teknik tersebut dapat membantu mereka dalam merawat dan menghadapi masalah yang muncul serta dengan ketiga belas teknik ini membantu pengasuh untuk memberikan respon yang benar kepada lansia yang mengalami hipertensi.

4.4 Tabel Hasil Penelitian

Pada penelitian akan menguraikan hasil penelitian dalam bentuk tabel, ataupun hasil temuan penggunaan teknik - teknik komunikasi terapeutik yang digunakan pengasuh kepada lansia dalam berkomunikasi untuk mencegah terjadinya hipertensi di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi.

Tabel 4.1 Temuan penggunaan teknik bertanya

Teknik Bertanya	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik bertanya ini digunakan pengasuh untuk bertanya mengenai kondisi ataupun perasaan yang sedang dialami lansia
Tujuan	Membantu pengasuh untuk mengetahui apa yang sedang dirasakan lansia dan mendorong lansia untuk mengungkapkan perasaannya.

Tabel 4.2 Temuan penggunaan teknik mendengarkan

Teknik Mendengarkan	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik mendengarkan ini digunakan pengasuh pada saat lansia bercerita mengenai masa lalu nya dan sikap yang dilakukan pengasuh hanya mendengarkan saja, sedangkan perhatian yang diberikan pengasuh yaitu dengan memberikan nasehat kepada lansia.
Tujuan	Membantu pengasuh untuk mengetahui lebih banyak tentang lansia dan agar lansia merasa ada orang mendengarkannya

Tabel 4.3 Temuan penggunaan teknik mengulang

Teknik Mengulang	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik mengulang ini digunakan pengasuh saat mengingatkan perihal kesehatan ataupun obat yang dikonsumsi lansia dan digunakan pada lansia yang memiliki pendengaran kurang
Tujuan	Membantu meningkatkan kepercayaan ataupun meningkatkan perhatian antara pengasuh dengan lansia

Tabel 4.4 Temuan penguanna teknik klarifikasi

Teknik Klarifikasi	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik klarifikasi ini digunakan pada saat pengasuh tidak mengerti dengan apa yang diucapkan oleh lansia dan mengklarifikasi apakah obat yang diberikan sudah dikonsumsi atau belum.
Bentuk klarifikasi	Pengasuh akan menanyakan kembali kepada lansia apa maksud dari yang diucapkannya.
Tujuan	Membantu pengasuh agar tidak terjadi misscommunication atas apa yang sudah diungkapkan dan dibicarakan oleh lansia.

Tabel 4.5 Temuan penggunaan teknik refleksi

Teknik Refleksi	Temuan
Waktu Penggunaan dan reaksi	Teknik refleksi ini, pengasuh memberikan reaksi tergantung pada perasaan ataupun apa yang diungkapkan oleh lansia dan pengasuh akan mengikuti sesuai dengan apa yang diungkapkan lansia
Tujuan	Menerima serta memahami kondisi pada lansia agar pengasuh mengetahui reaksi dan sikap mana yang tepat untuk diberikan sesuai dengan keadaan lansia

Tabel 4. 6 Temuan penggunaan teknik memfokuskan

Teknik Memfokuskan	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik ini digunakan pada saat harus menggali permasalahan yang sedang dirasakan lansia
Tujuan	Membantu pengasuh untuk menyelesaikan masalah yang sedang dirasakan lansia dan lansia tidak berbicara diluar topik pembicaraan

Tabel 4.7 Temuan penggunaan teknik diam

Teknik Diam	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik diam ini digunakan pada saat lansia sedang marah – marah dan ketika lansia sedang tidak mau mengungkapkan apa yang sedang dirasakannya.
Tujuan	Menjaga perasaan yang mudah tersinggung atau sensitif, mudah marah, sehingga pengasuh mengetahui tentang perasaan dan kondisi lansia

Tabel 4.8 Temuan penggunaan teknik memberikan informasi

Teknik Memberikan Informasi	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik ini Digunakan pengasuh pada saat memberikan ilmu ataupun ajaran kepada lansia mengenai kesehatan dan digunakan untuk menginformasikan kegiatan yang ada di panti jompo.
Tujuan	Memberikan arahan atau ilmu kepada lansia

Tabel 4.9 Temuan teknik menyimpulkan

Teknik Menyimpulkan	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik ini digunakan pengasuh pada saat membantu lansia untuk mengingatnya dan membantu lansia untuk memahami topik pembicaraan karena beberapa lansia sering berbicara diluar topik pembicaraan sehingga dapat menyatukan pemikiran yang sama dengan lansia
Manfaat	Manfaat dari teknik ini yaitu memfokuskan pada topik yang relevan, menolong pengasuh dalam mengulang aspek utama interaksi, membantu lansia untuk mengulang informasi, dan membuat pasien untuk membuat tambahan atau koreksi terhadap informasi

Tabel 4.10 Temuan penggunaan teknik mengubah cara pandang

Teknik Mengubah Cara Pandang	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik ini digunakan pengasuh pada saat lansia memikirkan hal negatif seperti memikirkan keluarganya yang dirumah ataupun keinginannya untuk bekerja lagi, lansia memikirkan negatif pengasuh mempunyai cara untuk lansia berfikir lebih positif dan pada saat lansia ingin merasa sesekali pulang terlebih dahulu ke rumahnya, dengan adanya teknik ini dapat membantu pengasuh untuk memberikan serta mengarahkan lansia kepada suatu hal yang lebih positif dengan diberikan nasihat dan mendengarkan apa yang akan diungkapkan oleh lansia tersebut

Tabel 4.11 Temuan penggunaan teknik eksplorasi

Teknik Eksplorasi	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik ini digunakan pengasuh pada saat lansia tidak ingin bercerita atau mengungkapkan perasaannya kepada pengasuh sehingga pengasuh harus mencari tahu sendiri apa penyebab lansia tersebut sampai merenung dan diam saja. Cara yang digunakan pengasuh untuk mencari tahu penyebab ataupun masalah yang sedang dialami oleh lansia yaitu dengan menanyakan hal tersebut kepada teman terdekat ataupun teman sekamar lansia tersebut.

Tabel 4.12 Temuan penggunaan teknik mengidentifikasi tema

Teknik Mengidentifikasi Tema	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik mengidentifikasi tema digunakan pada saat pengasuh melihat lansia yang terlihat murung, sedih, diam saja, dan sebagainya.
Tindakan	Pengasuh akan menghampiri lansia dan mencoba lebih dekat dengan lansia secara perlahan untuk menanyakan apa yang sedang dipikirkannya
Tujuan	Membantu pengasuh lebih mengenal lansia dengan mengetahui latar belakang dari lansia sehingga dapat menentukan apa tindakan selanjutnya yang harus dilakukan.

Tabel 4.13 Temuan penggunaan teknik humor

Teknik Humor	Temuan
Waktu Penggunaan	Teknik humor ini digunakan sesuai dengan keadaan dan biasanya digunakan ketika lansia sedang sedih atau senang karena teknik ini tidak digunakan pada saat lansia sedang marah
Manfaat	Pengasuh dapat membuat lansia terhibur, tertawa, dan merasa senang sehingga dengan teknik ini membantu pengasuh untuk menciptakan kedekatan dan rasa nyaman dengan lansia

Tabel 4.14 Alasan pengasuh menggunakan teknik bertanya

Teknik Bertanya	Temuan
Alasan Menggunakan	Untuk mengetahui keadaan atau kondisi yang dialami lansia dan dengan teknik bertanya juga hubungan antara pengasuh dengan lansia menjadi lebih dekat seperti keluarga sendiri dan merasa khawatir apabila ada terjadi apa - apa pada lansia jika lansia tidak ditanya oleh pengasuh.

Tabel 4.15 Alasan pengasuh menggunakan teknik mendengarkan

Teknik Mendengarkan	Temuan
Alasan Menggunakan	Digunakan pengasuh karena lansia memiliki sifat yang sensitif atau mudah tersinggung sehingga pengasuh lebih memilih mendengarkan dibanding lebih banyak berbicara kepada lansia tersebut dan karena ada beberapa lansia yang hanya ingin di dengarkan bukan untuk ditanggapi

Tabel 4.16 Alasan pengasuh menggunakan teknik mengulang

Teknik Mengulang	Temuan
Alasan Menggunakan	Digunakan pengasuh karena lansia memiliki daya ingat yang kurang maka dari itu pengasuh sering mengulang ataupun mengingatkan perihal obat yang dikonsumsi lansia.

Tabel 4.17 Alasan pengasuh menggunakan teknik klarifikasi

Teknik Klarifikasi	Temuan
Alasan Menggunakan	Digunakan pengasuh karena untuk mengetahui yang sebenarnya yang sedang dirasakan lansia sehingga tidak ada kesalahpahaman antara pengasuh dan lansia dan hubungan yang terjalin tetap baik - baik saja serta mengetahui maksud yang diungkapkan ketika pengasuh tidak mengerti apa yang diungkapkan oleh lansia.

Tabel 4.18 Alasan pengasuh menggunakan teknik refleksi

Teknik Refleksi	Temuan
Alasan Menggunakan	Digunakan pengasuh karena dengan memberikan respon yang baik serta menunjukkan sikap antusias terhadap cerita ataupun perasaan yang diungkapkan oleh lansia akan merasa lebih nyaman bercerita tentang masalah yang sedang dialaminya.

Tabel 4.19 Alasan pengasuh menggunakan teknik memfokuskan

Teknik Memfokuskan	Temuan
Alasan Menggunakan	Digunakan pengasuh untuk fokus terhadap masalah yang sedang terjadi kepada lansia bukan cerita atau membicarakan apa saja yang diluar topik pembicaraan karena ada beberapa lansia suka berbicara diluar topik dan tidak terfokus terhadap keadaannya dan supaya lansia fokus sehingga tidak berbicara diluar topik pembicaraan

Tabel 4.20 Alasan pengasuh menggunakan teknik diam

Teknik Diam	Temuan
Alasan Menggunakan	Dilakukan pengasuh ketika lansia sedang marah - marah karena tensi darahnya naik akan tetapi pengasuh tidak akan selamanya mendiamkan lansianya begitu saja ketika kondisinya sudah stabil lalu pengasuh menghampiri lansia tersebut dan karena jika pengasuh yang lebih banyak berbicara daripada lansia maka lansia suka mengira kalau pengasuh tersebut cerewet dari situasi seperti itu yang biasanya teknik diam digunakan

Tabel 4.21 Alasan pengasuh menggunakan teknik memberi informasi

Teknik Memberi Informasi	Temuan
Alasan Menggunakan	Teknik ini digunakan pengasuh karena informasi dianggap penting sehingga dengan memberikan informasi yang setidaknya membuat lansia tahu mengenai kesehatan seperti memberikan informasi tentang penyakit hipertensi yang bisa mempercepat ataupun mencegah proses penyembuhan terjadinya penyakit tersebut dan karena sekecil dan sepeenting apapun informasi yang seharusnya disampaikan kepada lansia sehingga lansia tidak merasa terasingkan dan merasa dianggap.

Tabel 4.22 Alasan pengasuh menggunakan teknik menyimpulkan

Teknik Menyimpulkan	Temuan
Alasan Menggunakan	Teknik ini digunakan pengasuh karena biar tidak terjadi kesalahpahaman ataupun salah arti yang ditangkap oleh lansia sehingga pada saat diakhir obrolan lansia tidak bertanya - tanya maksud yang disampaikan oleh pengasuh dan karena dengan teknik menyimpulkan ini dapat membantu ia untuk mengungkapkan kembali atas informasi yang sudah disampaikan oleh lansia dan dengan teknik ini juga dapat membantu lansia untuk merasa bahwa pengasuh memahami pesannya.

Tabel 4.23 Alasan pengasuh menggunakan teknik mengubah cara pandang

Teknik Mengubah Cara Pandang	Temuan
Alasan Menggunakan	Teknik ini digunakan pengasuh karena karena kebanyakan lansia sering memikirkan hal negatif sehingga dengan teknik mengubah cara pandang ini digunakan pengasuh untuk mengalihkan pikiran tersebut menjadi lebih positif, karena ia merasa khawatir akan terjadi sesuatu yang tidak terduga jika lansia selalu memikirkan hal negatif jadi sebaiknya diajak berkomunikasi kearah yang lebih positif dan karena ia mengkhawatirkan sesuatu hal negatif yang akan terjadi pada lansia.

Tabel 4.24 Alasan pengasuh menggunakan teknik eksplorasi

Teknik Eksplorasi	Temuan
Alasan Menggunakan	Teknik ini digunakan pengasuh karena dengan teknik ini ia dapat mengetahui penyebab lansia tersebut berdiam atau merenung saja serta membantu ataupun hanya sekedar mendengarkan apa yang dirasakan oleh lansia dan alasan lainnya yaitu karena dengan mencari tahu lebih jauh mengenai masalah yang sedang dialami lansia dianggap merupakan salah satu tugas sebagai pengasuh karena lansia di panti ini sudah dianggap sebagai orang tua nya sendiri sehingga jangan sampai lansia mengatasi masalah tersebut dengan sendirian.

Tabel 4.25 Alasan pengasuh tidak menggunakan teknik membagi persepsi

Teknik Membagi Persepsi	Temuan
Alasan Menggunakan	Teknik ini tidak digunakan pengasuh untuk berkomunikasi dengan lansia karena ia merasa hal tersebut sebaiknya tidak diungkapkan kepada lansia karena takut akan berdampak buruk pada hubungan antara pengasuh dan lansia nantinya jadi ia lebih memilih untuk memendamnya dan tidak mengatakan atau mengungkapkan hal apa yang sebenarnya ia pikirkan mengenai lansia dan pengasuh menganggap hal tersebut privasi sehingga lansia sebaiknya tidak mengetahui apa yang dirasakan oleh pengasuh.

Tabel 4.26 Alasan pengasuh menggunakan teknik mengidentifikasi tema

Teknik Mengidentifikasi Tema	Temuan
Alasan Menggunakan	Alasan pengasuh menggunakan teknik ini karena bisa membantu ia lebih fokus terhadap masalah yang sedang dialami lansia sehingga ia bisa tahu harus memberikan respon dan sikap seperti apa dengan lansia mengungkapkan perasaannya dan dapat meningkatkan pengertian kepada lansia sehingga lansia mempunyai rasa aman untuk mengungkapkan perasaan atau masalah yang sedang dirasakan oleh lansia.

Tabel 4.27 Alasan pengasuh menggunakan teknik humor

Teknik Humor	Temuan
Alasan Menggunakan	Teknik ini digunakan pengasuh untuk mengurangi rasa stress yang dialami lansia dan terhibur sehingga lupa sejenak mengenai permasalahan yang sedang dialaminya

Tabel 4.28 Hambatan Komunikasi

Hambatan Komunikasi	Temuan
Hambatan Fisik	Terdapat beberapa lansia yang memiliki gangguan pendengaran, namun cara mengatasi atau penanganan dalam hambatan ini pengasuh melakukan teknik mengulang ataupun bertanya dengan secara terus menerus hingga lansia dapat mengerti dan memahami apa yang diungkapkan oleh pengasuh.
Hambatan Resistans	Dalam hambatan ini terdapat lansia yang tidak mengakui ataupun menyadari penyebab kecemasan yang terjadi pada dirinya sendiri, hal ini dapat ditangani oleh pengasuh dengan cara memberikan nasihat kepada lansia tersebut untuk memahami kondisi yang terjadi pada dirinya.

4.5 Sitasi dan Referensi

1. Menurut Stuart dan Laraia dalam (Suryani, 2016) komunikasi terapeutik merupakan hubungan interpersonal yang saling menguntungkan sehingga perawat dan klien memperoleh pengalaman belajar bersama serta memperbaiki pengalaman emosional klien.
2. Manafe & Berhimpon(2022) menyatakan World Health Organization (WHO), lansia adalah seseorang yang sudah memasuki usia 60 tahun keatas. Lansia juga merupakan kelompok usia pada manusia yang telah memasuki tahapan akhir dari fase kehidupannya.
3. World Health Organization (WHO) membagi batasan lansia menjadi empat kategori, diantaranya: usia pertengahan (middle age) yaitu antara 45-59 tahun, lanjut usia (elderly) yaitu 60-74 tahun, lanjut usia tua (old) 75-90 tahun, dan usia sangat tua (very old) diatas 90 tahun. Populasi lanjut usia atau lansia di dunia pun dari tahun ke tahun-nya terus meningkat (Akbar et al., 2021).
4. Lansia mempunyai resiko yang tinggi terkena penyakit degeneratif seperti penyakit jantung, diabetes, hipertensi, rematik, dan kanker (Setyanto, 2017).
5. Menurut WHO dan The International Society of Hypertension (ISH) 600 juta orang di seluruh dunia saat ini menderita hipertensi, dan 3 juta diantaranya meninggal setiap tahun. 7 dari 10 pasien tidak mendapatkan pengobatan yang memadai (Kristiawan & Adiputra, 2019).
6. Faktanya, sebagian besar penderita hipertensi tidak merasakan gejala. Hipertensi terkadang menimbulkan gejala seperti sakit kepala, sesak napas, pusing, nyeri dada, jantung berdebar dan mimisan. Gejala-gejala ini berbahaya jika diabaikan, tetapi tidak mengukur tingkat keparahan tekanan darah tinggi (Putri Atma Utami & Wulan Sumekar, 2017).
7. Penyakit hipertensi adalah penyebab umum terjadinya stroke dan serangan jantung. Pada lansia penyakit ini sangat sensitif sehingga disarankan para lansia dapat mengontrol tekanan darah tinggi dengan baik untuk mencegahnya penyakit yang menjadi lebih parah (Damanik & Sitompul, 2020).
8. Menurut Mulyana dalam (Ayuningtyas & Prihatiningsih, 2017) menyatakan komunikasi terapeutik termasuk pada komunikasi interpersonal yang dilakukan secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi antara perawat dengan pasien lansia harus berjalan efektif terutama bagi kesehatan dari pasien lansia tersebut.
9. Menurut Stuart G.W dan Sundeen S.J dalam (Sinaulan, 2016) menyatakan bahwa komunikasi terapeutik merupakan hubungan interpersonal antara perawat dan klien, dalam hubungan ini

- perawat dan klien memperoleh pengalaman belajar bersama dalam rangka memperbaiki pengalaman emosional klien.
10. Komunikasi terapeutik mempunyai peranan penting dalam membantu menyelesaikan permasalahan serta kesembuhan pada pasien. Komunikasi ini menggunakan prinsip hubungan interpersonal. Komunikasi yang efektif dan penerapan komunikasi terapeutik merupakan komponen yang penting dalam naungan keperawatan, karena komunikasi yang efektif mempunyai peranan penting bagi kepuasan pasien, pemulihan perawatan, serta proses pemulihan pada pasien (Agustha, 2021).
 11. Menurut (Suryani, 2016 : 16-17) tujuan lain dari komunikasi terapeutik adalah sebagai berikut
 1. Relasi Diri, Penerimaan Diri, Dan Peningkatan Penghormatan Diri.
 2. Kemampuan Membina Hubungan Interpersonal Yang Tidak Superfisial Dan Saling Bergantung Dengan Orang Lain.
 3. Peningkatan Fungsi Dan Kemampuan Untuk Memuaskan Kebutuhan Serta Mencapai Tujuan Yang Realistik.
 4. Peningkatan Identitas Dan Integritas Diri.
 12. Menurut Damayanti dalam (Hanna, 2020) ada beberapa prinsip – prinsip komunikasi terapeutik yang dapat diterapkan yaitu :
 1. Perawat harus mengenal dirinya sendiri berarti menghayati, memahami dirinya serta nilai yang dianut.
 2. Komunikasi harus ditandai dengan sikap saling menerima, saling percaya, dan saling menghargai antara perawat dengan pasien.
 3. Perawat harus menyadari pentingnya kebutuhan pasien baik secara fisik ataupun secara mental.
 4. Perawat harus bisa menciptakan suasana yang memungkinkan pasien bisa berkembang tanpa adanya rasa takut.
 5. Perawat harus bisa menciptakan suasana yang memungkinkan pasien memiliki motivasi untuk mengubah dirinya lebih baik.
 6. Perawat harus menguasai perasaan sendiri secara bertahap untuk mengetahui dan mengatasi rasa bahagia, sedih, marah, keberhasilan ataupun frustrasi.
 7. Mampu menentukan batas waktu yang sesuai dan dapat mempertahankan konsistensinya.
 8. Mampu memahami arti empati sebagai tindakan yang terapeutik dan sebaliknya simpati bukan tindakan yang terapeutik.
 9. Jujur dan bisa berkomunikasi terbuka yang merupakan dasar dari hubungan terapeutik.
 10. Mampu berperan sebagai role model agar dapat menunjukkan dan meyakinkan orang lain tentang Kesehatan.
 11. Dianjurkan untuk mengekspresikan perasaan bila dianggap mengganggu.
 12. Altruism untuk bisa mendapatkan kepuasan dengan menolong orang lain secara manusiawi.
 13. Menurut Potter dan Perry dalam (Ananda & Irma, 2018) beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penerapan komunikasi terapeutik yaitu sebagai berikut :
 1. Persepsi, yang dapat mempengaruhi berjalannya komunikasi terapeutik karena memiliki pendapat yang berbeda dari seorang pasien atau perawat akan mempengaruhi jalannya komunikasi.
 2. Peranan dan Hubungan, peran dan hubungan mempengaruhi proses komunikasi dari permasalahan yang disampaikan dan cara menyampaikan informasi tersebut, komunikator yang belum mengembangkan hubungan dekat dengan komunikan maka akan berkomunikasi dengan cara formal.
 3. Nilai, yaitu keyakinan yang dimiliki oleh masing - masing individu. Nilai dapat mempengaruhi komunikasi karena nilai - nilai yang dimiliki perawat dalam menjalankan tugasnya tidak sama dengan yang dianut atau yang dipahami oleh pasien.

4. Latar Belakang Budaya, Perbedaan latar belakang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi terapeutik karena setiap budaya memiliki perbedaan satu sama lainnya seperti bahasa ataupun kebiasaan yang dilakukan sehari - hari.
5. Emosi, Emosi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi terapeutik karena adanya komunikasi dalam masing - masing individu itu berbeda.
6. Lingkungan, Mempunyai lingkungan yang aman, tenang, dan bebas dari kebisingan akan memperlancar terjadinya komunikasi, namun sebaliknya.
14. Menurut Yunus dalam (Kurotaayuni, 2019) Hambatan komunikasi yang diartikan dari keseluruhan problematika di dalam jalannya suatu proses penyampaian dan penerima pesan.
15. Menurut Fajar dalam (Purnamasari, 2018) terdapat komponen hambatan dalam komunikasi, yaitu :
 1. Hambatan dari pengirim pesan
 2. Hambatan dalam penyandian/symbol
 3. Hambatan penggunaan media
 4. Hambatan dalam bahasa sandi
 5. Hambatan dari penerima pesan.
16. Suatu teori ialah suatu kerangka kerja konseptual untuk mengatur pengetahuan dan membuat rencana untuk melakukan beberapa tindakan selanjutnya (Sarjana, 2015).
17. Menurut (Suryani, 2016 : 57-71) dalam menanggapi pesan yang disampaikan oleh pasien, perawat dapat menggunakan beberapa teknik komunikasi terapeutik yaitu Teknik bertanya, Teknik mendengarkan, teknik mengulang, teknik klarifikasi, teknik refleksi, teknik memfokuskan, teknik diam, teknik menyimpulkan, teknik memberi informasi, teknik mengubah cara pandang, teknik eksplorasi, teknik identifikasi tema dan teknik humor.
18. Subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan (Arikunto, 2016: 26).
19. Pengasuh berasal dari kata "asuh" yang berarti memimpin ataupun membimbing (Wahyudi, 2021).
20. Menurut (Sugiyono, 2018: 57) menyatakan, objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.
21. Menurut (Sugiyono, 2018:15), Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen)
22. Menurut (Moleong, 2017:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.
23. Menurut Robert K Yin dalam (Nisa, 2021), metode penelitian studi kasus merupakan strategi yang tepat untuk digunakan dalam sebuah penelitian yang didalamnya menggunakan pokok pertanyaan penelitian how dan why.
24. Menurut Creswell dalam (Julianto, 2018), studi kasus merupakan strategi dalam penelitian untuk menyelidiki secara teliti pada sesuatu hal dengan mengumpulkan informasi yang lengkap menggunakan berbagai prosedur dalam pengumpulan data.
25. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam melakukan penelitian, tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2018).
26. Menurut (Morissan, 2017:143) mengemukakan bahwa, observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya.

27. Menurut (Kriyantono, 2020:289) wawancara dalam riset kualitatif, dapat juga disebut sebagai wawancara mendalam (depth interview) atau wawancara intensif (intensive interview) dan kebanyakan tidak berstruktur.
28. Menurut (Sugiyono, 2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.
29. Menurut (Sugiyono, 2018:19) purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.
30. Menurut (Sugiyono, 2018:482), Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.
31. Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018:246) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.
32. Menurut (L. Moleong, 2017:330) triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu serta alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.
33. Teknik komunikasi terapeutik yaitu strategi untuk menanggapi respon lansia karena setiap individu memiliki respon yang berbeda dalam menghadapi masalah ataupun sebaliknya. Maka dari itu, diperlukan pengasuh yang mempunyai kepekaan terhadap berbagai respon yang diberikan lansia, mempunyai kemampuan analisis yang tinggi, serta kemampuan menanggapi respon tersebut. (Suryani, 2016:57)
34. Teknik bertanya merupakan teknik yang dapat mendorong pasien untuk mengungkapkan perasaan dan pikirannya (Suryani, 2016).
35. Menurut Deddy Mulyana dalam (Buana, 2019) komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar orang - orang secara tetap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau non verbal.
36. Menurut Suryani (2016) mengungkapkan bahwa teknik mendengarkan ini salah satu teknik yang sangat penting untuk memahami lansia karena satu - satunya orang yang bisa memberi tahu pengasuh mengenai kesehatan, perasaan, dan pikirannya yaitu lansia.
37. Menurut Suryani (2016) Teknik mengulang yaitu mengulang kembali pikiran utama yang telah diekspresikan oleh lansia. Dengan teknik mengulang dapat menunjukkan bahwa pengasuh mendengarkan, memvalidasi, dan menguatkan.
38. Menurut Suryani (2016) Teknik klarifikasi dilakukan pada saat pengasuh merasa ragu, tidak jelas, ataupun pada saat lansia tiba - tiba berhenti untuk mengungkapkan perasaannya, serta informasi yang diperoleh tidak lengkap.
39. Menurut Suryani (2016) Teknik refleksi yaitu respon ataupun reaksi yang diberikan pengasuh selama berkomunikasi dengan lansia. Teknik refleksi ini bertujuan untuk mengarahkan kembali ide, perasaan, pertanyaan, dan isi pembicaraan dengan lansia.
40. Menurut Suryani (2016) Teknik memfokuskan yaitu mempunyai tujuan untuk memberikan kesempatan pada lansia agar membahas masalah atau kondisi yang sedang dialami oleh lansia tersebut.
41. Menurut Suryani (2016) Teknik diam digunakan untuk memberikan kesempatan lansia sebelum menjawab pertanyaan pengasuh.
42. Menurut Suryani (2016) Teknik memberi informasi adalah tindakan penyuluhan kesehatan untuk lansia.
43. Menurut Suryani (2016) Teknik menyimpulkan adalah teknik komunikasi yang dapat membantu lansia mengeksplorasi poin penting dari interaksi antar pengasuh dengan lansia.

44. Menurut Suryani (2016) Teknik mengubah cara pandang digunakan untuk memberikan cara pandang lain sehingga lansia tidak melihat suatu masalah dari aspek negatifnya.
45. Menurut Suryani (2016) Teknik eksplorasi menurut suryani bertujuan untuk mencari atau menggali lebih jauh masalah yang dialami lansia sehingga masalah dapat diatasi.
46. Menurut Suryani (2016) Teknik membagi persepsi adalah meminta pendapat lansia tentang hal yang pengasuh rasakan atau pikirkan.
47. Menurut Suryani (2016) Teknik mengidentifikasi tema menurut suryani pengasuh harus mempunyai cepat tanggap terhadap cerita yang disampaikan oleh lansia, serta harus mampu menangkap tema dari pembicaraan tersebut.
48. Menurut Suryani (2016) Teknik humor bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara ketegangan dan relaksasi dan pengasuh harus berhati - hati dalam menggunakan teknik humor ini karena jika waktu yang tidak tepat dapat menyinggung perasaan lansia yang menyebabkan lansia tidak percaya dengan pengasuh.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai komunikasi terapeutik yang dilakukan di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi peneliti perlu menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi telah menerapkan teknik komunikasi terapeutik untuk membantu pengasuh dalam menghadapi lansia. Teknik yang digunakan adalah tiga belas teknik komunikasi terapeutik kecuali teknik membagi persepsi. Dua teknik yang sering digunakan adalah teknik bertanya dan teknik mendengarkan.
2. Alasan pengasuh Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi menggunakan tiga belas teknik tersebut diantaranya adalah pengasuh menjadi lebih mengetahui mengenai kondisi ataupun keadaan lansia, hubungan antara pengasuh dan lansia menjadi lebih dekat, agar lansia tidak mudah tersinggung, agar lansia mengingat hal-hal penting, agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pengasuh dengan lansia, agar lansia tidak tersinggung atas respon yang diberikan, untuk menggali lebih dalam mengenai kondisi ataupun kesehatan lansia, agar memahami pesan yang disampaikan oleh lansia, agar tidak terjadi sesuatu yang diinginkan pada lansia, membantu pengasuh untuk mencari jalan keluar dari masalah, meningkatkan pengertian yang dilakukan pengasuh terhadap lansia, dan agar lansia dapat terhibur.
3. Hambatan Komunikasi Terapeutik yang dilakukan pengasuh pada lansia dalam mencegah terjadinya hipertensi Di Panti Sosial Tresna Werdha Budi Pertiwi utamanya adalah hambatan fisik dari lansia seperti sulitnya pendengaran. Sedangkan hambatan lainnya adalah seperti lansia tidak meminum obat secara teratur untuk kebaikan kesehatannya, lansia tidak mau menjawab ketika pengasuh menanyakan perihal hal apa yang sedang dipikirkan, dan lansia sering lebih memilih sendiri ketika sedang mempunyai masalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustha, M. (2021). *Pengaruh Komunikasi Terapeutik Perawat Terhadap Kepuasan Lansia Di UPT Khusnul Khotimah Pekanbaru* . 2–17.
- Akbar, F., Darmiati, D., Arfan, F., & Putri, A. A. Z. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Kader Posyandu Lansia di Kecamatan Wonomulyo. *Jurnal Abdidas*, 2(2), 392–397. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.282>
- Ananda, G. D., & Irma, A. (2018). KOMUNIKASI TERAPEUTIK PERAWAT TERHADAP PASIEN DI RUMAH SAKIT JIWA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Ayuningtyas, F., & Prihatiningsih, W. (2017). Komunikasi Terapeutik pada Lansia di Graha Werdha AUSSI Kusuma Lestari, Depok. In *Graha Werdha... MediaTor* (Vol. 10, Issue 2).

- Buana, B. (2019). *Presentasi Diri Lady Fighter One Pride MMA*. 21.
- Damanik, S., & Sitompul, L. N. (2020). *HUBUNGAN GAYA HIDUP DENGAN HIPERTENSI PADA LANSIA*.
- Fajriyanti, A. N. (2021). *KOMUNIKASI TERAPEUTIK PERAWAT TERHADAP PASIEN DI RUMAH SAKIT DR. H. KUMPULAN PANE KOTA TEBING TINGGI*. 1–5.
- Hanna, G. S. (2020). *Komunikasi Terapeutik Petugas Kesehatan Di Rumah Pemulihan Soteria Kota Cimahi*. 20.
- Imaniar, A. (2016). *Komunikasi Terapeutik Dokter Gigi Co-Assistant Dengan Pasien di RSGM UNPAD*.
- Julianto, S. (2018). *PEMAKNAAN LIFE SATISFACTION PADA ANAK LAKI-LAKI DALAM KELUARGA ORANGTUA TUNGGAL*.
- Kristiawan, M. S., & Adiputra, N. (2019). *OLAHRAGA SENAM Satria Nusantara, Olahraga Jalan Cepat Menurunkan Tekanan Darah Pada Lansia Hipertensi Di Lapangan Renon, Denpasar*. In *JURNAL MEDIKA* (Vol. 8, Issue 5). MEI. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eum>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. . Prenadamedia Group.
- Kurotaayuni, N. (2019). *POLA KOMUNIKASI PENDIDIKAN PADA ANAK AUTIS DISEKOLAH ANAK SHOLEH BAITUL QURAN NGABAR SIMAN PONOROGO*.
- Manafe, A., & Berhimpon, I. (2022). *HUBUNGAN TINGKAT DEPRESI LANSIA DENGAN INTERAKSI SOSIAL LANSIA DI BPSLUT SENJA CERAH MANADO*. *Jurnal Ilmiah Hospitality* 749, 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Moleong, J. L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT.Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, L. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.REMAJA ROSDAKARYA.
- Morissan, A. (2017). *Metode Penelitian Survei*. Kencana.
- Nadifah, N. (2020). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI TERAPEUTIK*. 7.
- Nisa, A. (2021). *Upaya Menanamkan Karakter Hubbul Wathon Minal Iman Melalui Organisasi Kepemudaan Di SMK Kudus (Studi Kasus Mengikuti Organisasi Kepemudaan Di SMK Kudus)*. 30–31.
- Prasanti, D. (2017). *Komunikasi Terapeutik Tenaga Medis tentang*. In *Obat... MediaTor* (Vol. 10, Issue 1).
- Purnamasari, S. (2018). *HUBUNGAN ANTARA HAMBATAN KOMUNIKASI DENGAN STRES PADA ORANG TUA YANG MEMILIKI ANAK TUNARUNGU DI SEKOLAH DASAR LUAR BIASA (SLB)Pu*. 21.
- Putri Atma Utami, T., & Wulan Sumekar, D. (2017). *Uji Efektivitas Daun Salam (Sizygium polyantha) sebagai Antihipertensi pada Tikus Galur Wistar* (Vol. 6).
- Rusman, H. M. (2019). *STRATEGI KOMUNIKASI TERAPEUTIK PERAWAT DALAM MENGATASI EMPTY NEST SYNDROME DI RUMAH PELAYANAN SOSIAL LANJUT USIA BUDHI DARMA YOGYAKARTA*.
- Sarjana, G. (2015). *EVALUASI PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA JAWA TENGAH (Studi Evaluasi Program Borobudur Travel Mart and Expo 2013 Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah) Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh*.
- Setyanto, W. (2017). *Hubungan Aktivitas Fisik Dengan Kejadian Hipertensi Pada Lansia*.
- Sinulan, R. L. (2016). *KOMUNIKASI TERAPEUTIK DALAM PERSPEKTIF ISLAM*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani. (2016). *Komunikasi Terapeutik Teori & Praktik* (E. Yudha & H. Bukhari, Eds.). Penerbit Buku Kedokteran EGC.

Wahyudi, D. (2021). *PENDEKATAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA PENGASUH DAN LANSIA DI PANTI JOMPO TRESNA WERDHA NATAR.*

Analisis Regresi TELBS Untuk Menentukan Pengaruh Lahan Kopi Terhadap Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2023 Menggunakan Bahasa Pemrograman Python

Muhammad Dhafin Qinthar Ramdhani, Nurul Gusriani, Firdaniza

Program Studi S-1 Matematika, Fakultas MIPA, Universitas Padjadjaran

Email: muhammad20216@mail.unpad.ac.id, nurul.gusriani@unpad.ac.id, firdaniza@unpad.ac.id

Abstrak

Indonesia, sebagai salah satu produsen kopi terbesar dunia, terkenal dengan ragam kopi berkualitas tinggi seperti Arabika, Robusta, dan Liberika. Produksi kopi dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk luas lahan perkebunan. Data produksi kopi dapat mengandung pencilan yang disebabkan oleh perubahan cuaca, serangan hama, praktik pertanian yang tidak konsisten, atau kesalahan pencatatan. Hal tersebut dapat diatasi menggunakan regresi robust, dimana salah satu estimasinya adalah estimasi Tabatabai Eby Li Bae Singh (TELBS). Metode estimasi TELBS melakukan estimasi parameter model dengan cara meminimumkan fungsi objektif. Pada paper ini, ditentukan model estimasi TELBS pada data produksi kopi di Indonesia pada tahun 2023 dengan variabel dependennya adalah jumlah produksi kopi dan variabel independennya adalah luas lahan perkebunan kopi. Pengujian parameter menggunakan uji t menunjukkan bahwa luas lahan perkebunan kopi signifikan dalam mempengaruhi produksi kopi pada tahun tersebut dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil dari model estimasi TELBS menunjukkan koefisien determinasi sebesar 96,51%, menunjukkan bahwa model regresi tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam data.

Kata Kunci: TELBS, pencilan, regresi, koefisien determinasi, produksi kopi

Abstract

Indonesia, as one of the world's largest coffee producers, is renowned for its diverse range of high-quality coffees such as Arabica, Robusta, and Liberica. Coffee production is influenced by various factors, including the extent of plantation land. Coffee production data may contain outliers due to factors like weather changes, pest attacks, inconsistent farming practices, or recording errors. These challenges can be addressed using robust regression methods, with one such estimation being Tabatabai Eby Li Bae Singh (TELBS) estimation. TELBS estimates model parameters by minimizing an objective function. In this study, a TELBS estimation model was applied to Indonesian coffee production data in 2023, with the dependent variable being coffee production quantity and the independent variable being plantation land area. Parameter testing using t-tests indicated that plantation land area significantly influences coffee production in that year at a significance level of 0.05. The TELBS estimation model yielded a coefficient of determination of 96.51%, demonstrating its capability to explain a substantial portion of the data's variance.

Keywords: TELBS, outliers, regression, coefficient of determination, coffee production

1 PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu produsen kopi terbesar di dunia, dikenal dengan berbagai jenis kopi berkualitas tinggi seperti kopi Arabika, Robusta, dan Liberika. Kopi merupakan komoditas penting bagi perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai sumber devisa negara melalui ekspor, tetapi juga sebagai sumber mata pencaharian bagi jutaan petani kopi di seluruh nusantara. Produksi kopi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah luas lahan yang digunakan

untuk menanam kopi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk melihat apakah luas lahan kopi secara langsung mempengaruhi produksi kopi.

Data mengenai produksi kopi berpotensi mengandung pencilan, yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti perubahan cuaca ekstrem, serangan hama, praktik pertanian yang tidak konsisten, atau kesalahan dalam pencatatan data. Pencilan dalam data dapat diatasi dengan menggunakan regresi robust, salah satunya adalah metode regresi robust estimasi Tabatabai Eby Li Bae Singh (TELBS). Menurut Tabatabai *et al.*, (2012), estimasi TELBS menghasilkan bias dan Mean Squared Error (MSE) yang lebih baik dibandingkan *ordinary least square* (OLS), estimasi jenis maximum likelihood (estimasi M), dan metode estimasi momen (estimasi MM). Metode estimasi TELBS juga mampu mendeteksi pencilan pada variabel terikat dan variabel bebas.

Gusriani & Firdaniza (2021) menggunakan model regresi TELBS untuk studi tentang Demam Berdarah Dengue (DBD) dan mencatatkan nilai koefisien determinasi yang mencapai 94,71%. Li & Eby (2018) melakukan perbandingan antara metode TELBS dengan beberapa metode robust lainnya seperti estimasi M, Least Trimmed Squares (LTS), scale estimator (estimasi S), dan estimasi MM. Hasilnya menunjukkan bahwa TELBS secara konsisten mengungguli metode-metode tersebut dalam sebagian besar kasus. Secara keseluruhan, TELBS menunjukkan kinerja yang stabil dalam menangani data pencilan di berbagai kasus.

Penelitian ini mengkaji estimasi parameter model regresi TELBS serta melakukan pengujian parameter untuk mengevaluasi apakah ada hubungan signifikan antara variabel independen dan variabel dependen secara parsial. Data yang dianalisis berasal dari produksi kopi di Indonesia pada tahun 2023, yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS). Variabel yang diteliti meliputi jumlah produksi kopi (Y) dan luas lahan perkebunan kopi (X).

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Analisis Regresi

Analisis regresi terdiri dari dua variabel yang dihubungkan, yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Persamaan umum dari regresi linear adalah

$$y = X\beta + e. \quad (1)$$

Metode yang sering digunakan dalam analisis regresi adalah *Ordinary Least Squares* (OLS). OLS bertujuan untuk meminimumkan jumlah kuadrat residual (Sembiring, 2003). Berikut merupakan taksiran untuk regresi OLS:

$$\beta = (X^tX)^{-1}(X^ty). \quad (2)$$

Salah satu kelemahan dari metode OLS adalah keberadaan pencilan dalam data. Pencilan dalam data akan menyebabkan hasil yang bias.

2.2 Metode Regresi Estimasi TELBS

Salah satu metode yang tahan terhadap keberadaan pencilan adalah regresi *robust*. Salah satu estimasi dalam regresi *robust* adalah estimasi Tabatabai Eby Li Bae Singh (TELBS). Metode TELBS dilakukan dengan meminimumkan fungsi objektif

$$\min_{\beta} \sum_{i=1}^n \frac{\rho_{\omega}(t_i)}{L_i} \quad (3)$$

di mana

$$\rho_{\omega}(t_i) = 1 - \text{Sech}(\omega t_i) \quad (4)$$

$$t_i = \frac{(y_i - x_i^t \beta)(1 - h_{ii})}{\hat{\sigma}} \quad (5)$$

Variabel h_{ii} merupakan elemen diagonal *hat matrix* yang diperoleh menggunakan persamaan

$$H = X(X^t X)^{-1} X^t \quad (6)$$

Menurut Tabatabai *et al.*, (2012) fungsi ρ merupakan fungsi diferensiabel dan ω merupakan konstanta kesesuaian yang bernilai 0,628. Nilai $\hat{\sigma}$ dapat diperoleh menggunakan salah satu penduga $\hat{\sigma}$ yang ditemukan oleh Rousseeuw dan Croux (1993), yaitu:

$$\hat{\sigma} = 1,1926 \times \text{Med}\{\text{Med}|e_i - e_j|\} \quad (7)$$

Nilai 1,1926 ditujukan agar $\hat{\sigma}$ menjadi estimasi yang mendekati tak bias (Rousseeuw & Croux, 1993). Nilai L_i diperoleh menggunakan persamaan

$$L_i = \sum_{j=1}^k \text{Max}\{M_j, |x_{ij}|\} \quad (8)$$

di mana

$$M_j = \text{Med}\{|x_{1j}|, |x_{2j}|, \dots, |x_{nj}|\} \quad (9)$$

Untuk meminimumkan persamaan (3), diperlukan turunan fungsi objektif terhadap β_0 dan β_j lalu disamakan dengan nol sehingga menghasilkan persamaan

$$\sum_{i=1}^n \frac{\psi_{\omega}(t_i)}{L_i} \frac{\partial t_i}{\partial \beta_j} = 0 \quad (10)$$

di mana $\psi_{\omega}(t_i)$ merupakan turunan dari ρ_{ω} , yaitu

$$\psi_{\omega}(x) = \frac{\partial \rho_{\omega}(t_i)}{\partial t_i} = \omega \text{Sech}(\omega t_i) \text{Tanh}(\omega t_i) \quad (11)$$

Didefinisikan fungsi pembobot w_{ii} (Tabatabai *et al.*, 2012) yaitu

$$w_{ii} = \frac{\psi_{\omega}(t_i)(1 - h_{ii})}{\hat{\sigma} e_i L_i} \quad (12)$$

di mana w_{ii} merupakan elemen diagonal dari matriks diagonal \mathbf{W} berukuran $n \times n$. Kemudian persamaan (9) dapat ditulis sebagai

$$\sum_{i=1}^n w_{ii} e_i \frac{\partial (y_i - \beta_0 - x_{i1}\beta_1 - x_{i2}\beta_2 - \dots - x_{ik}\beta_k)}{\partial \beta_j} = 0 \quad (13)$$

Persamaan (13) diturunkan terhadap $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_j$ sehingga didapatkan taksiran estimasi TELBS

$$\hat{\beta}_{\text{TELBS}} = (X^t W X)^{-1} X^t W y. \quad (14)$$

2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variasi variabel terikat (Y). Koefisien determinasi (R^2) pada analisis regresi *robust* dengan metode estimasi TELBS didefinisikan sebagai berikut (Tabatabai *et al.*, 2012):

$$R^2 = 1 - \left(\frac{\text{Med}|e_i|}{\text{Med}|y_i - \text{Med} \hat{y}_i|} \right)^2 \quad (15)$$

di mana e_i merupakan nilai residual yang didapatkan dari iterasi terakhir. R^2 bernilai antara 0 sampai 1. Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan tingkat ketepatan model yang semakin baik dalam menerangkan variasi data.

2.4 Uji t

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur apakah ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial. Uji t dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$t_1 = \frac{\hat{\beta}_1}{S_1} \quad (16)$$

Hasil dari perhitungan t_1 dibandingkan dengan nilai t tabel. Kriteria uji pengambilan keputusannya adalah jika t tabel $< t_1$, maka terdapat pengaruh dari variabel bebas yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari BPS. Terdapat satu variabel terikat dan satu variabel bebas, yaitu jumlah produksi kopi (Y) dan lahan kopi (X). Metode yang digunakan untuk menganalisis serta memodelkan adalah regresi *robust* estimasi TELBS dengan bantuan bahasa pemrograman Python. Hasil dari model yang diperoleh akan dicari koefisien determinasi untuk menilai seberapa baik model tersebut dalam menjelaskan variasi dalam data. Selain itu, model yang diperoleh diuji menggunakan uji t untuk melihat signifikansi dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

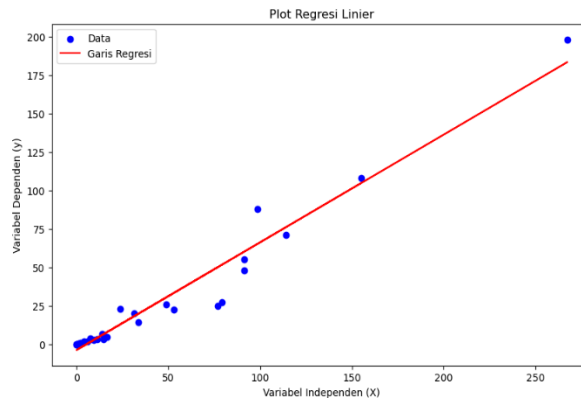
4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Regresi OLS

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah analisis data menggunakan estimasi OLS. Berikut merupakan hasil analisisnya:

Tabel 1. Koefisien Regresi dan Determinasi dengan Metode Kuadrat Terkecil

	Estimasi
<i>Intercept</i>	-3,7675
<i>X</i>	0,6999
R^2	0,954



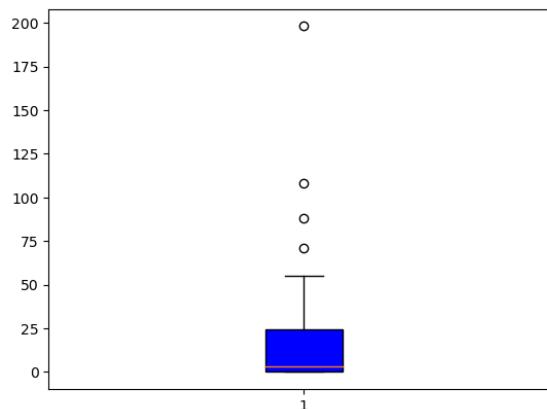
Gambar 1. Plot Regresi OLS

Dari Tabel 1 dapat diperoleh model regresi OLS sebagai berikut:

$$\hat{Y}_{OLS} = -3,7675 + 0,6999X \tag{17}$$

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh 0,954 atau 95,4% yang artinya sekitar 95,4% produksi padi disebabkan oleh luas lahan kopi (*X*) sedangkan sisanya yaitu 4,6% ditentukan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model. Dari plot regresi OLS yang ditampilkan pada Gambar 1, terlihat bahwa garis regresi terpengaruh oleh data yang diduga sebagai pencilan.

Diagram *boxplot* dari data produksi kopi di Indonesia ditunjukkan oleh Gambar 2.



Gambar 2. Diagram *boxplot* Produksi Kopi di Indonesia 2023

Hasil *boxplot* di atas memperlihatkan adanya 4 titik di luar batas, yang menunjukkan bahwa terdapat 4 wilayah dengan jumlah produksi kopi yang lebih tinggi dibandingkan wilayah lainnya. Ini mengindikasikan adanya kemungkinan pencilan dalam data produksi kopi.

4.2 Uji t

Model regresi estimasi TELBS yang diperoleh diuji menggunakan uji parameter t pada penelitian ini tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasannya adalah 29. Dari tingkat signifikansi dan derajat kebebasan yang telah ditetapkan, diperoleh nilai t tabel sebesar 2,045. Dengan bantuan pemrograman Python, diperoleh nilai t untuk masing-masing variabel yang ditunjukkan oleh Tabel 2.

Tabel 2. Hasil perhitungan nilai t untuk data Produksi Kopi di Indonesia tahun 2023

	Nilai t
X	25,677

Berdasarkan Tabel 2, nilai t untuk variabel X diketahui lebih besar daripada nilai t tabel, yang menunjukkan adanya pengaruh luas lahan kopi terhadap jumlah produksi kopi di Indonesia pada tahun 2023.

4.3 Hasil Regresi TELBS

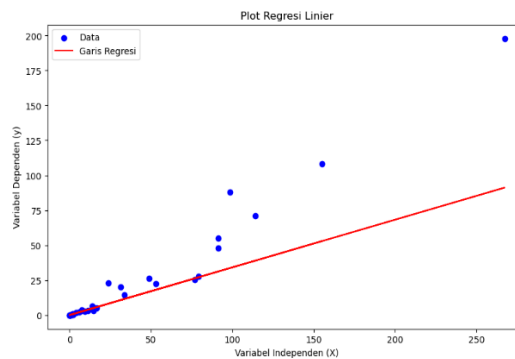
Analisis berikutnya dilakukan menggunakan metode TELBS. Nilai koefisien regresi yang diperoleh dari OLS digunakan sebagai nilai awal dalam iterasi pertama. Dengan menggunakan bahasa pemrograman Python, dibuat program untuk menghitung estimasi TELBS pada data produksi kopi di Indonesia tahun 2023. Dalam penelitian ini, dibutuhkan 32 iterasi untuk mencapai konvergensi. Berikut merupakan *syntax* Python untuk metode TELBS:

```
y_pred = beta[0] + beta[1] * x1
ei = y - y_pred
ti = (ei * (1 - hii))/gamma
abs_diff_matrix = np.abs(np.subtract.outer(ei, ei))
median_j = np.median(abs_diff_matrix, axis=0)
median_i = np.median(median_j)
gamma = 1.1926 * median_i
for i in range(34):
    w[i] = (psi(ti[i])*(1-hii[i]))/(gamma*ei[i]*L[i])
X_transpose = np.transpose(X)
weighted_X = X_transpose.dot(np.diag(w)).dot(X)
weighted_X_inv = np.linalg.pinv(weighted_X)
weighted_X_y = X_transpose.dot(np.diag(w)).dot(y)
beta = weighted_X_inv.dot(weighted_X_y)
NORM = np.linalg.norm(beta - prev_beta)
```

Hasil estimasi TELBS ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Koefisien Regresi dan Determinasi dengan Metode TELBS Berdasarkan Uji t

	Estimasi
<i>Intercept</i>	-0,0954
X	0,3415
R^2	0,9651



Gambar 3. Plot Regresi TELBS

Dari Tabel 3 dapat diperoleh model regresi TELBS sebagai berikut:

$$\hat{Y}_{TELBS} = -0,0954 + 0,3415X \quad (18)$$

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien determinasi metode OLS. Nilai yang diperoleh 0,9651 atau 96,51% yang artinya sekitar 96,51% produksi padi disebabkan oleh luas lahan kopi (X) sedangkan sisanya yaitu 3,49% ditentukan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model. Dari plot regresi TELBS yang ditunjukkan gambar 3, dapat dilihat bahwa garis regresi tidak terpengaruh oleh data yang diduga pencilan.

5 SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa luas lahan kopi (X) berpengaruh terhadap jumlah produksi kopi. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari metode TELBS cukup baik, yaitu sebesar 0,9651 atau 96,51% yang artinya sekitar 96,51% produksi padi disebabkan oleh luas lahan kopi (X) sedangkan sisanya yaitu 3,49% ditentukan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.

DAFTAR PUSTAKA

- Gusriani, N., & Firdaniza. (2021). *Model Kasus Demam Berdarah Dengue (DBD) di Kabupaten Majalengka Tahun 2016 Berdasarkan Regresi TELBS*. 17(1), 5–13.
<https://doi.org/10.24198/jmi.v17.n1.2021.5-13>
- Li, H., & Eby, W. M. (2018). A Comparative Study of TELBS Robust Linear Regression. *American Review of Mathematics and Statistics*, 6(1), 1–16.
<https://doi.org/10.15640/arms.v6n1a1>
- Rousseeuw, P., & Croux, C. (1993). Alternatives to the Median Absolute Deviation. *Journal of the American Statistical Association*, 88, 1273–1283.
- Sembiring. (2003). *Analisis Regresi*. ITB.
- Tabatabai, Eby, W., Li, Bae, sejong, & Singh, K. (2012). TELBS robust linear regression method. *Open Access Medical Statistics*, 65. <https://doi.org/10.2147/oams.s37395>

Pengaruh Kinerja Keuangan, Komite Audit, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report* (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023)

Ester Christianty, Eko Purwanto, Antonius Bimo Rentor

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

Email: esterchrstntyn@gmail.com, ekopurwanto@unibi.ac.id, antoniusbimo@unibi.ac.id

Abstrak

Masalah lingkungan dan sosial membuat perusahaan mulai memperhatikan pembangunan jangka panjang. Kini, perusahaan tidak hanya fokus pada *profit*, tetapi perusahaan juga harus berperan dan berpartisipasi dalam mensejahterakan masyarakat (*people*) sekitar serta berkontribusi aktif dalam pelestarian lingkungan (*planet*). Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis terkait pengaruh kinerja keuangan, komite audit dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *sustainability report* baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah *annual report* dan *sustainability report* yang diperoleh dari laman resmi Bursa Efek Indonesia dan website resmi masing-masing perusahaan pertambangan tahun 2019-2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga didapat 60 sampel yang diperoleh dari 12 perusahaan pertambangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, komite audit dan kepemilikan manajerial secara parsial berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sementara profitabilitas, *leverage*, komite audit dan kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Kata Kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial, *Sustainability Report*

Abstract

Environmental and social problems make companies start to pay attention to long-term development. Now, companies do not only focus on profit, but companies must also play a role and participate in the welfare of the local community (people) and actively contribute to preserving the environment (planet). This research aims to test and analyze related influences on financial performance, audit committee, and managerial ownership of sustainability report disclosures either partially or simultaneously. This type of research is quantitative with a descriptive approach. The data used are annual reports and sustainability reports obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange and the official websites of each mining company for 2019-2023. The sampling technique used purposive sampling so that 60 samples were obtained from 12 mining companies. The research results show that profitability, leverage, audit committee, and managerial ownership partially influence sustainability report disclosure. Meanwhile profitability, leverage, audit committee, and managerial ownership simultaneously influence sustainability report disclosure

Keywords: Profitability, *Leverage*, Audit Committe, Managerial Ownership, *Sustainability Report*

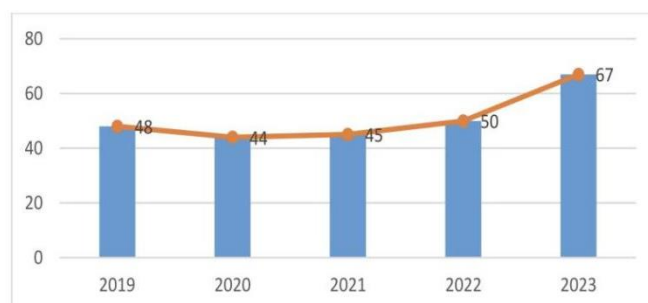
1 PENDAHULUAN

Perusahaan tidak lagi berpijak pada konsep *single bottom line* tetapi telah beralih ke konsep yang diperkenalkan oleh John Elkington (1997) yaitu *triple bottom line* yang berfokus pada 3P, yaitu *Profit, People, dan Planet*. Konsep ini menceritakan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada *profit* melainkan perusahaan juga wajib berperan dan berpartisipasi dalam mensejahterakan masyarakat sekitar serta berkontribusi aktif dalam pelestarian lingkungan (Naeem & Brata, 2020). Konsep inilah yang kemudian dikenal dengan sebutan *sustainability report* (laporan keberlanjutan) karena tuntutan dan harapan masyarakat tentang peran perusahaan dalam masyarakat.

Sustainability report menjadi suatu hal yang penting sebagai hasil dari perbaikan laporan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *Sustainability report* pertama kali digagas oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) pada tahun 1999, yang menyajikan pelaporan informasi sosial, lingkungan dan keuangan secara terpadu dalam satu paket pelaporan korporasi, guna memenuhi standar pelaporan tanggung jawab sosial yang baik dan benar (Utariyani & Wirajaya, 2022). *Sustainability Report* merupakan laporan yang diumumkan kepada masyarakat yang memuat kinerja ekonomi, keuangan, sosial, dan Lingkungan Hidup, Emiten, dan Perusahaan Publik dalam menjalankan bisnis berkelanjutan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Manfaat pelaporan keberlanjutan termasuk peningkatan reputasi perusahaan, membangun kepercayaan konsumen, peningkatan inovasi, dan bahkan peningkatan manajemen risiko (Mulyani, 2022).

Secara global, Amerika telah menjadi kawasan paling signifikan yang menerbitkan laporan keberlanjutan, diikuti oleh Asia Pasifik, Eropa, Timur Tengah, dan Afrika (KPMG *Survey Sustainability Reporting*, 2020). Di antara negaranegara ASEAN, Malaysia memiliki tingkat pengungkapan keberlanjutan tertinggi (64,5%), diikuti oleh Singapura (61,7%), Thailand (60%), Filipina (56,3%) dan Indonesia (53,6%). Berdasarkan survei tersebut diketahui bahwa Indonesia berada di posisi terendah dengan tingkat 53,6%, hal ini dikarenakan pengungkapan laporan keberlanjutan di Indonesia mulai diberlakukan wajib pada tahun 2021 sampai dengan sekarang.

Dalam rangka mendukung serta memberikan apresiasi terhadap perusahaan yang menerbitkan laporan *sustainability report*, *National Center For Sustainability Reporting* (NCSR) menggelar *Sustainability Reporting Award* (SRA) secara berkala setiap tahun, namun sejak tahun 2018, ajang tersebut kini diberi nama *Asia Sustainability Reporting Rating* (Asia SR Rating). Peserta yang mengikuti acara penghargaan ini terdapat dari berbagai negara termasuk Indonesia. Berikut merupakan grafik jumlah penerbitan *sustainability report* pada perusahaan di Indonesia yang berpartisipasi dalam *Sustainability Reporting Award* (SRA) dan *Asia Sustainability Report Rating* (ASSRAT) dari tahun 2019-2023.



Sumber: ncsr.id, 2023 (Data diolah penulis, 2024)

Gambar 1. Grafik jumlah penerbitan *sustainability report*

Pada grafik di atas menunjukkan perkembangan pelaporan keberlanjutan cenderung mengalami tren positif tiap tahun, namun pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah pelaporan keberlanjutan dan belum semua perusahaan melakukan pengungkapan *sustainability report*,

sedangkan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 Pasal 2 ayat 1, Pasal 10 ayat 1, dan Pasal 12 ayat 1 mewajibkan penerapan *sustainability report* bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Hal tersebut ada kemungkinan bahwa perusahaan belum melakukan publikasi pada situs perusahaannya sehingga laporannya belum dapat diakses oleh publik (Madona & Khafid, 2020). Dengan indikasi tersebut diduga perusahaan tidak transparan dalam menjalankan bisnisnya dan tidak memiliki komitmen dalam melaksanakan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Faktor lainnya yang memungkinkan yaitu perusahaan menganggap *sustainability report* sebagai sebuah biaya tambahan (Tobing et al., 2019).

Di Indonesia sendiri belum banyak perusahaan yang menerbitkan *sustainability report*, pada tahun 2018 sampai dengan 2022 hanya 254 perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang melakukan pengungkapan *sustainability report* dan 667 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang belum mengungkapkan *sustainability report* (Nscr, 2022). Berikut sektor perusahaan di Indonesia yang menerbitkan *sustainability report*.



Sumber: ncsr.id, 2023 (Data diolah penulis, 2024)

Gambar 2. Sektor Perusahaan di Indonesia yang menerbitkan *sustainability report*

Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa sektor pertambangan menempati posisi ketiga sebesar 15%. Sektor pertambangan yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam seharusnya lebih banyak menerbitkan *sustainability report*, sedangkan sektor keuangan yang tidak berkaitan langsung dengan sumber daya alam lebih banyak menerbitkan *sustainability report* dibanding sektor pertambangan (Atmajaya, 2015). Perusahaan pertambangan merupakan salah satu contoh perseroan yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam. Pertambangan mendapat sorotan dari masyarakat karena proses operasinya yang banyak mengambil hasil bumi termasuk yang sulit diperbarui seperti minyak, batubara, dan emas. Hal ini bertentangan dengan konsep pembangunan berkelanjutan yang menekankan pemenuhan kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan sehingga perusahaan pertambangan mengelola operasinya secara etis dengan menggunakan hasil bumi sebagai sumber pendapatan (Atmajaya, 2015). Perusahaan pertambangan juga merupakan salah satu sektor yang paling banyak menghasilkan limbah setiap tahunnya sehingga perlu ada perhatian. Berikut data limbah B3 di Indonesia Tahun 2019-2022.



*Limbah yang dihasilkan dalam satuan ton
 Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2023 (Data diolah penulis, 2024).

Gambar 3. Data limbah B3 di Indonesia tahun 2019-2022

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pertambangan menjadi penghasil limbah terbesar di setiap tahunnya dari tahun 2019-2022. Kegiatan pertambangan berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar. Aktivitas pertambangan dapat menyebabkan kerusakan bagi lingkungan, hal ini dikarenakan aktivitas pertambangan melakukan kegiatan pembukaan lahan yang luas, menggali lubang dengan dalam serta memindahkan tanah dalam jumlah yang besar. Selain itu, aktivitas pertambangan juga menyebabkan polusi udara dan menghasilkan limbah (Meliza, 2022). Hal tersebut dapat disajikan dalam laporan keberlanjutan untuk memberikan informasi kepada publik agar dapat mencegah risiko yang terjadi dengan melakukan pengawasan. Berikut merupakan grafik perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan *sustainability report* dari tahun 2019-2023.



Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2023 (Data diolah penulis, 2024)

Gambar 4. Grafik perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI yang menerbitkan *sustainability report* tahun 2019-2023

Data di atas menunjukkan bahwa perusahaan pertambangan di Indonesia belum banyak yang menerbitkan *sustainability report*. Perusahaan pertambangan yang menerbitkan *sustainability report* selama 5 tahun hanya 12 perusahaan, sedangkan yang tidak menerbitkan dan belum lengkap menerbitkan yaitu 64 perusahaan, sedangkan dalam Undang-Undang Pasal 74 UU no. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social Responsibility*). Pengungkapan *sustainability report* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Dalam penelitian ini faktor pertama yang mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* adalah kinerja keuangan. Kinerja keuangan diduga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* mengingat adanya biaya untuk pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Tobing et al., 2019). Kinerja keuangan perusahaan masih tetap menjadi perhatian utama

karena bagi investor informasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam melakukan penilaian untuk menentukan pilihan investasi, sedangkan bagi perusahaan penting karena berguna selain sebagai media promosi profil juga sebagai publikasi pencapaian perusahaan bagi investor (Damanik & Yadnyana, 2017). Kondisi kinerja keuangan akan sangat mempengaruhi kondisi pengungkapan *sustainability report*, baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Didukung oleh penelitian Oncioiu et al. (2020), di Rumania mengacu pada studi tentang opini manajer puncak di Rumania tentang *sustainability report* perusahaan, menyatakan pelaporan keberlanjutan memiliki dampak eksternal (pada pemegang saham) dan internal (pada produktivitas karyawan) yang kuat. Menggabungkan aspek keuangan dan non keuangan dalam analisis yang sama dapat bermanfaat untuk menilai kelangsungan hidup perusahaan dengan lebih baik. Tingkat pelaporan perusahaan dan hasil kinerja keuangan dapat mendorong lebih banyak perusahaan untuk terlibat dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dan melaporkan aktivitas ini secara objektif dan transparan. Studi ini juga mendukung keyakinan bahwa menggunakan pelaporan CSR di tingkat organisasi di Rumania dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka, dan membantu berbagai pemangku kepentingan dan manajemen terkait keputusan dan peraturan lingkungan. Penelitian lainnya menurut Naeem & Brata (2020), mengungkapkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian Aulia (2021), yang menyatakan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

Pengungkapan *sustainability report* tidak bisa terlepas dari penerapan *good corporate governance*. Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa tujuan pelaksanaan corporate governance adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab perusahaan pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Salah satu faktor lain yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan adalah komite audit dan kepemilikan. Menurut Peraturan OJK 55/2015, komite audit dibentuk oleh dewan komisaris dalam rangka membantu melaksanakan tugas dan fungsinya. Komite audit bertanggung jawab untuk memantau kepatuhan terhadap peraturan hukum dan perundang-undangan, seperti persyaratan pengungkapan pelaporan keuangan (Lendengtariang & Bimo, 2022). Adanya komite audit dapat memastikan kepatuhan dan kualitas dalam pengungkapan *sustainability report*. Dalam sebuah perusahaan apabila di dalamnya ada kepemilikan manajerial, maka diprediksikan akan lebih banyak memberikan informasi kepada publik agar perusahaan mendapatkan legitimasi publik. Jika pimpinan tim manajemen ada yang sebagai pemegang saham maka diprediksikan akan memiliki kesadaran yang cukup untuk melaksanakan pengungkapan informasi ekonomi, lingkungan, sosial dan *corporate governance* dalam *sustainability report* (Nurrahman & Sudarno, 2020).

Berdasarkan penelitian Mahmood et al. (2018), penelitian tersebut mengacu pada studi seratus perusahaan teratas yang terdaftar di Bursa Efek Pakistan (PSE) tahun 2012-2015. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kepemilikan manajerial dan *governance committee* lebih mampu memeriksa dan mengontrol keputusan manajemen terkait isu-isu keberlanjutan (baik itu ekonomi, lingkungan atau sosial) dan menghasilkan pengungkapan keberlanjutan yang lebih baik. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Latifah et al. (2019), di Indonesia yang berjudul "Good Corporate Governance, Kinerja Keuangan Dan Sustainability Report" menyatakan bahwa porsi komite audit rata-rata sudah sesuai dengan keputusan Menteri BUMN No. Kep-103/MBU/2002, serta kinerja keuangan memiliki rata-rata profitabilitas yang relatif tinggi meskipun ada yang memiliki kinerja keuangan negatif seperti PT Antam pada tahun 2014. Berdasarkan hasil analisis data penelitian tersebut bahwa komite audit dan ROA berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*, sedangkan kepemilikan saham manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Adapun hasil penelitian Madona & Khafid (2020), menyatakan bahwa kepemilikan saham manajerial dan komite audit tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*, sehingga hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tyasa & Taqwa (2023), dimana penelitiannya menghasilkan pengaruh yang signifikan pada pengungkapan *sustainability*

report hanya dari kepemilikan saham manajerial, adapun penelitian oleh Latifah et al. (2019), yang menyatakan bahwa komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Freeman (1984) dalam Bridoux & Stoelhorst (2022), mendefinisikan *stakeholder* sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Motivasi pendekatan *stakeholder* adalah keinginan untuk membuat kerangka kerja untuk menangani masalah yang dihadapi manajer saat itu, yaitu perubahan lingkungan. Singkatnya, Freeman menggambarkan teori *stakeholder* sebagai respon manajer terhadap lingkungan bisnis yang ada.

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan dengan memenuhi kebutuhan yang ada, terutama yang berkuasa atas ketersediaan sumber daya yang digunakan oleh kegiatan operasional perusahaan, seperti pekerja, pelanggan, dan pemilik (Mahajan et al., 2023). Kelangsungan hidup suatu organisasi tergantung pada dukungan para pemangku kepentingannya, dan dengan demikian aktivitas perusahaan adalah mencari dukungan tersebut. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan perusahaan adalah dengan mengungkapkan *sustainability report* yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Melalui pengungkapan *sustainability report* perusahaan dapat memberikan informasi yang lengkap dan berkaitan dengan aktivitas perusahaan serta pengaruhnya terhadap kondisi sosial masyarakat dan lingkungan.

2.2 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Chariri & Ghazali (2007), menyatakan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan beroperasi sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku di masyarakat. Selama tidak ada pelanggaran norma dan nilai sosial oleh perusahaan, maka perusahaan akan terus mendapatkan dukungan dari masyarakat. Salah satu strategi untuk mendapatkan legitimasi dari lingkungan adalah dengan meningkatkan komunikasi kepada *stakeholder* dengan mengungkapkan informasi tambahan seperti *sustainability report*. Menurut Hadi (2011), perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, agar dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan keberlanjutan perusahaan. Perusahaan menggunakan pengungkapan laporan tahunan untuk menggambarkan tanggung jawab lingkungan, sehingga aktivitas yang dilakukan perusahaan dapat diterima oleh masyarakat (Aulia et al, 2024).

2.3 Pengungkapan *Sustainability Report*

Menurut Elkington (1994), *sustainability report* yaitu laporan yang memuat tidak hanya informasi kinerja keuangan saja tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan (*sustainable performance*). Pemerintah Indonesia telah menghasilkan beberapa peraturan mengenai kewajiban pengungkapan *sustainability report* yaitu UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas serta peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan keberlanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten dan perusahaan publik (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Laporan *sustainability* merupakan bukti adanya komitmen dari pihak perusahaan terhadap lingkungan sosialnya yang dapat dinilai hasilnya oleh para pihak yang membutuhkan informasi tersebut. Selain itu *sustainability report* menjadi bukti salah satu instrumen yang dapat digunakan

oleh organisasi maupun *stakeholder* sebagai upaya penerapan pendidikan pembangunan berkelanjutan.

2.4 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2017). Informasi mengenai kinerja keuangan suatu perusahaan sangat bermanfaat untuk berbagai pihak, seperti investor, kreditur, pemerintah, pihak manajemen dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Penelitian ini menggunakan rasio keuangan yang diprosikan dengan profitabilitas dan *leverage*.

1) Profitabilitas

Menurut Kasmir (2018), profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Adapun menurut Hitchner (2017), profitabilitas merupakan suatu rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham. Pada umumnya nilai profitabilitas suatu perusahaan dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja suatu perusahaan (Purba et al, 2023). Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin banyak informasi yang didapatkan oleh para *stakeholder* tujuannya adalah untuk meyakinkan *stakeholder* perusahaan. Profitabilitas dapat dikatakan sebagai rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, semakin baik rasio profitabilitas akan semakin baik pula perolehan keuntungan perusahaan tersebut. Pada penelitian ini untuk mengukur profitabilitas menggunakan *Return on Asset (ROA)*. Fahmi (2017), menyatakan *Return on Asset (ROA)* yaitu rasio yang melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan.

2) Leverage

Menurut Kasmir (2018), bahwa rasio solvabilitas atau *leverage ratio* merupakan rasio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai dengan utang. Di sisi lain, menurut Fahmi (2017), mengungkapkan bahwa penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat dipakai untuk membayar utang. *Leverage* sebagai salah satu usaha dalam peningkatan laba perusahaan, dapat menjadi tolak ukur untuk melihat perilaku manajer dalam hal manajemen laba (Purba et al, 2023). Pada penelitian ini untuk mengukur *leverage* menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*. DER adalah rasio keuangan yang dipakai dalam menganalisis laporan keuangan untuk memperlihatkan besarnya jaminan yang tersedia untuk kreditor (Fahmi, 2017). Hal tersebut dapat dikatakan bahwa DER merupakan rasio keuangan yang membandingkan jumlah hutang dengan ekuitas, guna memastikan bahwa ekuitas dan jumlah hutang yang digunakan untuk operasional perusahaan berada dalam jumlah yang proposional.

2.5 Komite Audit

Fungsi utama komite audit adalah *me-review* pengendalian internal perusahaan, memastikan kualitas laporan keuangan, dan meningkatkan efektivitas fungsi audit. Dengan membantu pembentukan pengendalian internal yang baik, komite audit dapat memperbaiki kualitas keterbukaan (Kusmayadi, 2015). Keberadaan komite audit membantu menjamin pengungkapan dan sistem

pengendalian akan berjalan dengan baik. Dengan frekuensi rapat komite audit yang semakin sering, maka pengawasan yang dilakukan akan semakin baik dan kualitas pengungkapan informasi sosial yang dilakukan semakin luas (Sari & Marsono, 2013). Dalam penelitian ini, variabel komite audit diukur dengan menggunakan jumlah rapat dalam satu periode (satu tahun). Pertemuan rapat yang dilakukan komite audit diharapkan mampu menciptakan GCG yang menunjukkan keefektifan dalam komunikasi dan koordinasi antar anggota komite audit. Auditor juga berfungsi dalam mengurangi biaya keagenan yang muncul akibat perilaku egois agen (manajer) (Putri & Febriani, 2023).

2.6 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah pemilik atau pemegang saham oleh pihak manajemen perusahaan yang secara aktif berperan dalam pengambilan keputusan perusahaan (Sutedi, 2012). Kepentingan manajemen perusahaan menjadi sejalan dengan kepentingan pribadi manakala pihak manajemen sekaligus menjadi pemegang saham dalam perusahaan tersebut. Keputusan yang diambil pihak manajemen harus memastikan bahwa perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menciptakan citra baik di mata masyarakat (Purwanto et al, 2022). Kepemilikan manajerial diukur dari presentase saham yang dimiliki oleh manajemen (dalam hal ini dewan komisaris, direksi, dan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pembuatan keputusan perusahaan) dengan jumlah saham yang diterbitkan, seperti dalam penelitian Septiani et al. (2018), sehingga sejalan dengan penelitian oleh Sutedi (2012), yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial diukur dengan presentase saham yang dimiliki pihak manajerial (pihak manajemen) dengan jumlah saham beredar.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Desain dalam penelitian ini menggunakan studi pengujian hipotesis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis, mendeskripsikan, dan mendapatkan bukti empiris hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2021).

3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah 76 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023 dengan 380 laporan tahunan perusahaan.

3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2021), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini yakni 12 perusahaan dan 60 *annual report* dan *sustainability report* yang diperoleh dari perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berikut ini merupakan kriteria dan jumlah yang digunakan dalam memilih sampel:

1. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
2. Perusahaan pertambangan yang menerbitkan *annual report* dan *sustainability report* secara konsisten tiap tahun selama tahun 2019-2023.
3. Perusahaan pertambangan yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2019-2023.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel. 1 Operasional variabel

Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Skala
Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> (Y)	<i>Sustainability report</i> adalah praktik pengukuran, pengungkapan dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal (Septiani et al., 2018).	SR dapat diukur dengan: $SRDI = \frac{\sum \text{item yang diungkapkan}}{117 \text{ item}}$ Sumber: Septiani et al. (2018)	Rasio
Profitabilitas (X1)	Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2018).	Profitabilitas dapat diukur dengan: $ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$ Sumber: Kasmir (2018)	Rasio
Leverage (X2)	<i>Leverage</i> adalah rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang (<i>financial leverage</i>) sehingga kita mampu melihat kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan hutang (Brigham & Houston, 2019)	<i>Leverage</i> dapat diukur dengan: $DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Shareholders Equity}}$ Sumber: Kasmir (2018)	Rasio
Komite Audit (X3)	Komite audit merupakan salah satu bagian dari <i>stakeholder</i> yang membantu dewan komisaris dari sisi pengawasan dan bertanggung jawab menjaga akses komunikasi antar <i>stakeholder</i> (Agatha et al., 2020).	Komite Audit dapat diukur dengan: Komite Audit = Jumlah rapat dalam satu periode. Sumber: Rinta (2021)	Rasio
Kepemilikan Manajerial (X4)	Kepemilikan Manajerial merupakan pemilik saham perusahaan yang berasal dari manajemen yang ikut serta dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan yang bersangkutan (Agatha et al., 2020).	$KM = \frac{\text{Saham Manajerial}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$ Sumber: Septiani et al. (2018)	Rasio

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas, *leverage*, komite audit dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *sustainability report*. Penelitian dianalisis secara deskriptif dengan tujuan untuk memberikan gambaran data penelitian serta mempermudah penyajian data penelitian. Statistik deskriptif yang dijelaskan meliputi nilai terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maximum*), rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*std. deviation*) dari masing masing variabel dalam penelitian. Berikut hasil statistik deskriptif yang terdiri dari variabel profitabilitas, *leverage*, komite audit dan kepemilikan manajerial yang digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis statistik deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	60	.11	45.43	9.6553	8.94273
Leverage	60	.11	2.09	.6113	.41221
Komite_Audit	60	3.00	43.00	12.9500	10.27656
Kepemilikan_Manajerial	60	.00	15.01	4.2237	5.77910
Sustainability_Report	60	.00	1.00	.4732	.31155
Valid N (listwise)	60				

4.2 Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi Asymp. Sig. (*2-tailed*) sebesar $0,200 > 0,05$ menyatakan bahwa data telah berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas nilai *tolerance* variabel X1 sebesar 0,905, variabel X2 sebesar 0,912, variabel X3 sebesar 0,826 dan variabel X4 sebesar 0,834 dimana keempat variabel independen tersebut memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Sedangkan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hasil yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari

10 dengan variabel X1 sebesar 1,105, variabel X2 sebesar 1,097, variabel X3 sebesar 1,211, dan variabel X4 sebesar 1,199. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini. Hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan grafik *Scatterplot* bahwa titik-titik menyebar secara acak serta berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak membentuk pola yang jelas, dan tidak menyempit. Titik-titik menyebar diatas dan dibawah, hal tersebut menunjukkan bahwa pada penelitian ini data memenuhi uji asumsi klasik heteroskedastisitas dan tidak terganggu heteroskedastisitas. Hasil uji autokorelasi $0 < 1,283 < 1,44427$ nilai tersebut dapat dinyatakan bahwa model regsi telah memenuhi syarat tidak terjadi autokorelasi.

4.3 Koefisien Regresi Linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,360, nilai koefisien regresi variabel profitabilitas sebesar 0,007, nilai koefisien regresi variabel *leverage* sebesar 0,080, nilai koefisien regresi variabel komite audit sebesar 0,004, dan nilai koefisien regresi kepemilikan manajerial sebesar -0,013.

4.4 Koefisien Korelasi

Hasil uji koefisien korelasi sebesar 0,718 atau 71,8% termasuk dalam interval 0,60 – 0,799 yang berarti hubungan antara profitabilitas, *leverage*, komite audit dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *sustainability report* memiliki kriteria yang kuat.

4.5 Koefisien Determinasi Simultan

Hasil uji determinasi simultan menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,515 dapat diartikan bahwa sebesar 51,5% pengungkapan *sustainability report* dipengaruhi oleh profitabilitas, *leverage*, komite audit dan kepemilikan manajerial, sementara sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4.6 Koefisien Determinasi Parsial

Hasil uji koefisien determinasi parsial dalam penelitian ini menggunakan formula *beta x zero order*. Koefisien determinasi profitabilitas mendapatkan nilai sebesar 13,2%, koefisien determinasi *leverage* mendapatkan nilai sebesar 1,2%, koefisien deternmasi komite audit mendapatkan nilai sebesar 11,7%, dan koefisien determinasi kepemilikan manajerial mendapatkan nilai sebesar 25,4%.

4.7 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 3. Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.360	.045		7.973	<,001
	Profitabilitas	.007	.002	.377	3.817	<,001
	Leverage	.080	.040	.194	1.974	.053
	Komite_Audit	.004	.002	.247	2.394	.020
	Kepemilikan_Manajerial	-.013	.003	-.461	-4.485	<,001

a. Dependent Variable: SustainabilityReport

Hasil uji t menunjukkan variabel profitabilitas memiliki nilai $t_{\text{hitung}} 3,817 >$ nilai $t_{\text{tabel}} 1,67303$, dan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya hipotesis diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap variabel pengungkapan *sustainability report*. Variabel *leverage* memiliki nilai $t_{\text{hitung}} 1,974 >$ nilai $t_{\text{tabel}} 1,67303$, dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,053 < 0,05$. Artinya hipotesis diterima. maka dapat dinyatakan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Variabel komite audit memiliki nilai $t_{\text{hitung}} 2,394 >$ nilai $t_{\text{tabel}} 1,67303$, dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Artinya hipotesis diterima. maka dapat dinyatakan komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report*. Sedangkan, variabel kepemilikan manajerial memiliki nilai $t_{\text{hitung}} -4,485 <$ nilai $t_{\text{tabel}} -1,67303$, dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya hipotesis diterima. maka dapat dinyatakan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

4.8 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan nilai $F_{\text{hitung}} 14,605 >$ $F_{\text{tabel}} 2,54$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan variabel kinerja keuangan, komite audit, dan kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*.

4.9 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hal tersebut karena semakin tingginya rasio profitabilitas perusahaan, menunjukkan semakin tingginya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan semakin baik kinerja keberlanjutan perusahaan. Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi akan memiliki kinerja keuangan yang kuat sehingga memiliki kemampuan lebih untuk melakukan program tanggung jawab social dan lingkungan beserta pengungkapannya (Thomas et al., 2020). Dengan laba yang tinggi perusahaan memiliki cukup dana untuk mengumpulkan, mengelompokkan dan mengolah informasi menjadi lebih bermanfaat serta dapat menyajikan pengungkapan yang lebih komprehensif. Oleh karena itu perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan lebih percaya diri dalam mengungkapkan laporan keberlanjutan dalam memenuhi indikator yang disyaratkan. Dengan demikian semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin baik tingkat kualitas pengungkapan laporan keberlanjutannya.

4.10 Pengaruh Leverage Terhadap Pengungkapan Sustainability Report

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas. Semakin tinggi *leverage*, besar kemungkinan perusahaan untuk melakukan pelanggaran terhadap kontrak utang, sehingga manajer akan melaporkan laba saat ini lebih tinggi dibandingkan laba masa depan. Perusahaan yang memiliki nilai *leverage* tinggi dikarenakan dalam melakukan pengungkapan *sustainability report* memerlukan biaya yang tinggi sehingga perusahaan kemungkinan melakukan pinjaman dalam memenuhi tingkat pengungkapan *sustainability report*. Apabila perusahaan menggunakan pinjaman dari pihak ketiga dengan efektif dan efisien, dalam kondisi tingkat *leverage* yang tinggi perusahaan dapat memiliki peluang untuk menghasilkan laba yang tinggi. Sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan mempengaruhi kepercayaan dan dukungan para *stakeholder* (Aini, 2020).

4.11 Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hal tersebut disebabkan karena semakin sering komite audit melakukan rapat, maka semakin besar kemungkinan dalam memahami makna strategis dari pengungkapan informasi mana saja yang dibutuhkan oleh *stakeholder*. Oleh karena itu, melalui frekuensi rapat komite audit mampu mendorong pengawasan dalam melakukan praktik pengungkapan *sustainability report* sebagai media komunikasi dengan *stakeholder* untuk memperoleh legitimasi (Madona & Khafid, 2020). Semakin tinggi rapat komite audit, maka semakin baik kualitas laporan keberlanjutan perusahaan dan perusahaan akan lebih percaya diri dalam melakukan pengungkapan *sustainability report*.

4.12 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hal tersebut karena keterlibatan pemangku kepentingan memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan kebutuhan dan kewajiban perusahaan (Zouari & Dhifi, 2022). Presentase kepemilikan manajerial pada penelitian ini rendah, hal ini dikarenakan secara statistik rata-rata jumlah kepemilikan saham manajerial pada perusahaan pertambangan relatif kecil sehingga belum terdapat keselarasan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Adanya kepemilikan manajerial yang relatif kecil membuat manajer memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengungkapan *sustainability report*. Semakin rendah kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka manajemen akan semakin meningkatkan motivasi untuk mengungkapkan pengungkapan *sustainability report* untuk mendapatkan kepercayaan dan dukungan *stakeholder*.

4.13 Pengaruh Kinerja Keuangan, Komite Audit, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan *Sustainability Report*

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa penerapan kinerja keuangan, komite audit, dan kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap pengungkapan *sustainability report*. Hal ini dikarenakan adanya kecakapan dalam pengelolaan kinerja keuangan yang salah satunya digambarkan dari tingginya rasio profitabilitas dan *leverage* mampu memberikan kecenderungan perusahaan untuk mengungkapkan informasi yang lebih lengkap. Selain itu, keberadaan komite audit membantu menjamin pengungkapan dan sistem pengendalian agar berjalan dengan baik. Semakin sering komite audit melakukan pertemuan dan saling berkomunikasi, maka beberapa temuan audit akan dievaluasi dan dilaporkan kepada manajer, sehingga dapat mendorong manajer untuk melakukan pengungkapan yang lebih baik (Sari & Marsono, 2013). Dalam penerapan tata kelola perusahaan, keberhasilan perusahaan juga didominasi karena adanya kepemilikan manajerial yang semakin besar dalam perusahaan maka manajemen akan lebih giat untuk meningkatkan kinerjanya karena manajerial mempunyai tanggung jawab untuk memenuhi keinginan dari pemegang saham termasuk dirinya sendiri, sehingga manajemen memberikan informasi lebih kepada publik agar perusahaan mendapatkan legitimasi publik (Madona & Khafid, 2020).

5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kinerja keuangan yang diprosikan dengan profitabilitas (ROA) dan *leverage* (DER), komite audit dan kepemilikan manajerial terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia periode 2019-2023. Berdasarkan hasil analisis terhadap variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan berupa pengujian parsial, profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil pengujian parsial, *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil pengujian parsial, komite audit berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil pengujian parsial, nature of industry berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil pengujian parsial, kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil pengujian simultan, profitabilitas, *leverage*, komite audit, dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

5.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel dengan karakteristik yang beragam sehingga memperoleh hasil yang lebih luas cakupannya dan dapat mengganti variabel independen lainnya yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan *sustainability report* sehingga hasil penelitian terus berkembang dan semakin mampu memprediksi faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan *sustainability report*.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmajaya, T. (2015). Analisis Penerapan Sustainability Report Perusahaan – Perusahaan Pertambangan Peserta Indonesia Sustainability Reporting Awards (ISRA) 2013. *SRA-Economic and Business Article*. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/64414>
- Aulia, A. (2021). Sustainability Reporting As a Challenge for Measuring Financial Performance, Corporate Governance and Corporate Size. *In Search*, 20(2). <https://doi.org/10.37278/insearch.v20i2.429>
- Aulia, A., Siregar, J. K., & Aripin, F. A. R. (2024). The Role Of Green Culture In Generating Sustainable Economic Performance And Increasing Post-Pandemic Stock Prices Healthcare Sector In Indonesia And Singapore. *Jurnal Akuntansi*, 11(2). <http://doi.org/10.30656/jak.v11i2.7315>
- Bridoux, F., & Stoelhorst, J. W. (2022). Stakeholder theory, strategy, and organization: Past, present, and future. *Strategic Organization*, 20(4), 797–809. <https://doi.org/10.1177/14761270221127628>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Damanik, I. G. A. B. A., & Yadnyana, I. K. (2017). PENGARUH KINERJA LINGKUNGAN PADA KINERJA KEUANGAN DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 645–673.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing Limited.
- Fahmi, I. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. CV Alfabeta.
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory : 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Yoga Pratama.
- GRI. (2022). *GRI Terjemahan Bahasa Indonesia*. Global Reporting Initiative. <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-bahasa->

- indonesia-translations/
Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Hitchner, J. R. (2017). *Financial Valuation: A Application and Models (Empat ed.)*. Wiley&Sons, Inc. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262026970.003.0007>
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2023). Statistik Lingkungan Hidup Indonesia (Environment Statistics of Indonesia) 2023. In *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/>
- Kusmayadi, D. (2015). *Good Corporate Governance*. LPPM Universitas Siliwangi.
- Latifah, S. W., Rosyid, M. F., Purwanti, L., & Oktavendi, T. W. (2019). Good Corporate Governance, Kinerja Keuangan Dan Sustainability Report (BUMN yang listed di BEI). *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 200-. <https://doi.org/10.22219/jrak.v9i2.56>
- Madona, M. A., & Khafid, M. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Pengungkapan Sustainability Report dengan Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 19(1), 22–32. <https://doi.org/10.25077/josi.v19.n1.p22-32.2020>
- Mahajan, R., Lim, W. M., Sareen, M., Kumar, S., & Panwar, R. (2023). Stakeholder theory. *Journal of Business Research*, 166(December 2022), 114104. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114104>
- Mahmood, Z., Kouser, R., Ali, W., Ahmad, Z., & Salman, T. (2018). Does corporate governance affect sustainability disclosure? A mixed methods study. *Sustainability (Switzerland)*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/su10010207>
- Meliza, P. (2022). *Dampak Pertambangan Batubara Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal Di Kabupaten Aceh Barat*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Mulyani, H. T. S. (2022). Implementasi Kesesuaian Standar GRI Dalam Sustainability Report Pada Perusahaan Sektor Mineral Di BEI Tahun 2020. *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(2), 90–99. <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i2.26>
- Naeem, H., & Brata, I. O. D. (2020). The Effect of Financial Performance and Company Size on the Disclosure of Sustainability Reports. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 22 No. 3(ISSN 2620-8482). <https://doi.org/10.32424/1.jame.2020.22.3.2405>
- ncsr.id. (2023). List of Winner. *National Center for Sustainability Report*. <https://ncsr.id/category/list-of-winner/>
- Oncioiu, I., Petrescu, A. G., Bîlcan, F. R., Petrescu, M., Popescu, D. M., & Anghel, E. (2020). Corporate Sustainability Reporting And Financial Performance. *MDPI Sustainability (Switzerland)*, 12(10), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su12104297>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Purba, C. P., Lumbantobing, G. N., Lestari, P. G., & Sirait, P. A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Mufakat: Journal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(2), 141-150. <https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i1.586>
- Purwanto, E., Rentor, A. B., & Hadi, M. N. (2022). Pengaruh Agresivitas Pajak Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Corporate Social Responsibility Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals. *Jurnal Akuntansi, Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha*, 14(2), 330-345. <https://doi.org/10.28932/jam.v14i2.5192>
- Putri, A., & Febriani, F. (2023). Audit Opini Impact On Auditor Switching In Indonesian Stock Exchange Manufacturing Firms Period 2018-2022. *Journal of Accounting INABA (JAI)*, 2(2), 61-65. <https://doi.org/10.56956/jai.v2i02.234>
- Sari, M. P. Y., & Marsono. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Diponegoro Journal of*

- Accounting*, 2(3), 1–10.
- Septiani, H., Mukhzarudfa, & Yudi. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kualitas Pengungkapan Sustainability Report Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2017. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 3(6), 57–67.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M.Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed); ke2 ed)*. CV Alfabeta.
- Sutedi, A. (2012). *Good Corporate Governance*. Sinar Grafika.
- Thomas, G. N., Aryusmar, & Lely, I. (2020). The Effect Of Company Size, Profitability and Leverage On Sustainability Report Disclosure. *Journal of Talent Development & Excellence*, 12(1), 4700–4706. <http://www.iratde.com>
- Tobing, R. A., Zuhrotun, & Ruserlistyani, R. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 102–123. <https://doi.org/10.18196/rab.030139>
- Tyasa, E. F., & Taqwa, S. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Media Visibility dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018. *Jurnal Nuansa Karya Akuntan*, 1(3), 287–299. <https://doi.org/doi.org/10.24036/jnka.v1i3.41>
- Utariyani, N. P. A., & Wirajaya, I. G. A. (2022). Intensitas Pengungkapan Sustainability Report Pada Kinerja Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 33 No. 1, 17–33. <https://doi.org/10.24843/EJA.2023.v33.i01.p02>

Bijak Berkeuangan Di Usia Muda Program Literasi Keuangan Siswa MA Tunggilis Kab. Pangandaran

Irfan Achmad Musadat

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

Email: irfanachamd@unibi.ac.id

Abstrak

Literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan kesejahteraan individu. Pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting untuk kehidupan sehari-hari. Kesulitan keuangan tidak hanya disebabkan oleh rendahnya pendapatan, tetapi juga dapat timbul dari kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti penggunaan utang yang tidak tepat dan kurangnya perencanaan keuangan. Keterbatasan finansial dapat menyebabkan stres dan menurunkan rasa percaya diri. Literasi keuangan sejak dini bertujuan untuk memberikan edukasi yang berkelanjutan, di mana pengetahuan dan pengalaman keuangan yang ditanamkan pada anak akan membentuk karakter dan kebiasaan positif dalam mengelola keuangan di masa depan, seperti memahami arti uang, kebiasaan menabung, dan mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan. Metode yang digunakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah Participatory Action Research (PAR), yang diterapkan melalui berbagai tahapan untuk menyelesaikan permasalahan mitra. Berdasarkan hasil kegiatan literasi keuangan yang telah dilakukan di MA Tunggilis Kab Pangandaran, hingga masyarakat umum, dapat disimpulkan bahwa program ini sangat bermanfaat dalam memberikan edukasi dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang bijak. Hal ini penting mengingat rendahnya literasi keuangan yang masih banyak dijumpai di masyarakat desa.

Kata Kunci: Literasi, Keuangan, MA Tunggilis.

Abstract

Financial literacy is closely related to individual well-being. Knowledge and skills in managing personal finances are crucial for daily life. Financial difficulties are not only caused by low income but can also arise from poor financial management, such as improper use of debt and a lack of financial planning. Financial limitations can lead to stress and reduced self-confidence. Early financial literacy aims to provide continuous education, where financial knowledge and experience instilled in children shape positive habits and character in managing finances for the future, such as understanding the value of money, the habit of saving, and prioritizing needs over wants. The method used in this community service program is Participatory Action Research (PAR), which is implemented through various stages to address the partners' problems. Based on the results of financial literacy activities conducted at MA Tunggilis Kab Pangandaran and among the general public, it can be concluded that this program is highly beneficial in providing education and understanding about wise financial management. This is especially important given the low financial literacy still prevalent in rural communities.

Keywords: Literacy, Finance, MA Tunggilis.

1 PENDAHULUAN

Kemampuan mengelola keuangan sejak usia muda menjadi semakin krusial di era modern ini, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang memberikan akses luas kepada pelajar terhadap berbagai layanan finansial. Saat ini, pelajar SMA, termasuk siswa di MA Tunggilis, Kabupaten Pangandaran, dihadapkan pada berbagai pilihan dan keputusan finansial yang memerlukan kecermatan, seperti pengelolaan uang, kebiasaan menabung, investasi sederhana, serta kemampuan menghindari risiko utang. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya keterampilan dan pemahaman keuangan yang memadai di kalangan pelajar, sehingga mereka cenderung rentan terhadap pengambilan keputusan finansial yang kurang bijaksana. Rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan remaja Indonesia menjadi salah satu penyebab munculnya kebiasaan finansial yang buruk. Banyak pelajar yang terjebak dalam perilaku konsumtif, seperti pengeluaran berlebihan untuk hal-hal yang tidak mendesak, serta kesulitan menabung. Hal ini diperparah dengan perkembangan teknologi finansial (fintech), yang memberikan kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital seperti e-wallet, tetapi tidak disertai dengan pemahaman yang memadai tentang pengelolaan keuangan. Siswa sering kali menggunakan e-wallet untuk berbagai keperluan, seperti berbelanja atau membayar transportasi, tanpa menyadari dampak jangka panjang dari kebiasaan tersebut terhadap kesehatan finansial mereka. Perubahan pola konsumsi akibat kemudahan teknologi ini menciptakan tantangan tambahan, di mana siswa terbiasa dengan transaksi instan dan kenyamanan belanja online, namun belum memiliki bekal yang cukup untuk mengelola pengeluaran mereka dengan bijak. Di sisi lain, kurikulum sekolah, termasuk di MA Tunggilis, belum secara khusus memberikan perhatian pada pendidikan literasi keuangan, sehingga banyak siswa yang hanya memperoleh pengetahuan finansial secara informal dari lingkungan sekitar atau orang tua, yang sering kali tidak mencakup konsep penting seperti perencanaan anggaran, pengelolaan utang, dan investasi. Selain itu, karakteristik sosial-ekonomi lokal di Kabupaten Pangandaran, di mana banyak keluarga bergantung pada sektor pertanian dan pariwisata, turut mempengaruhi cara siswa memahami dan mengelola keuangan. Siswa yang berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah, sering kali harus menghadapi tantangan ekonomi keluarga, yang mempengaruhi cara mereka memandang pentingnya menabung atau mengelola pendapatan. Sebagian siswa bahkan mulai bekerja paruh waktu atau membantu usaha keluarga, namun tanpa panduan yang jelas dalam mengelola penghasilan mereka secara efektif. Oleh karena itu, program literasi keuangan sangat dibutuhkan untuk memberikan pemahaman mendasar tentang manajemen keuangan, yang tidak hanya mencakup pentingnya menabung dan mengelola anggaran, tetapi juga pengenalan terhadap investasi dan risiko utang. Program ini bertujuan agar para siswa lebih siap menghadapi tantangan finansial di masa depan dan mampu mengambil keputusan yang lebih bijak, baik sebagai individu maupun sebagai bagian dari keluarga atau masyarakat. Literasi keuangan yang baik juga akan membantu siswa mencapai kemandirian finansial sejak dini, mencegah mereka terjebak dalam utang yang berlebihan, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi perubahan ekonomi di masa depan. Dengan meningkatnya tren kewirausahaan di kalangan generasi muda, keterampilan dasar dalam literasi keuangan juga akan memberikan manfaat tambahan, terutama bagi siswa yang tertarik untuk merintis usaha kecil atau proyek bisnis. Pengelolaan keuangan yang baik akan membantu mereka menjalankan usaha dengan lebih terstruktur dan menghindari risiko finansial yang tidak perlu. Dalam konteks ini, program literasi keuangan di sekolah menjadi langkah strategis untuk membangun generasi muda yang lebih cerdas secara finansial dan mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi dan teknologi yang semakin kompleks.

2 KAJIAN PUSTAKA

Kemampuan mengelola keuangan sejak usia muda merupakan keterampilan yang semakin penting di era modern, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang memberikan akses lebih luas kepada layanan keuangan. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan yang baik adalah kunci dalam pengambilan keputusan finansial yang bijaksana. Namun, tingkat literasi keuangan di kalangan remaja Indonesia masih tergolong rendah. Hal ini berdampak pada kebiasaan finansial yang

kurang sehat, seperti perilaku konsumtif dan ketidakmampuan dalam menabung dan mengelola pengeluaran secara efektif (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Menurut penelitian OECD (2020), rendahnya literasi keuangan di kalangan pelajar di berbagai negara berkembang, termasuk Indonesia, berkontribusi pada pengambilan keputusan finansial yang kurang bijaksana, terutama dalam hal konsumsi dan pengelolaan utang. Fenomena ini juga terjadi pada pelajar di MA Tunggilis, Kabupaten Pangandaran, yang dihadapkan pada berbagai pilihan finansial tetapi tanpa pengetahuan yang memadai untuk membuat keputusan yang tepat. Kemudahan teknologi finansial seperti e-wallet yang kian populer di kalangan pelajar justru memperburuk situasi. Sebagai contoh, fintech memberikan kemudahan dalam transaksi harian, namun siswa cenderung tidak menyadari dampak jangka panjang dari kebiasaan belanja impulsif melalui platform tersebut (Hamzah & Fauzan, 2023).

Dalam konteks pendidikan, kurikulum di Indonesia, termasuk di sekolah-sekolah seperti MA Tunggilis, belum secara spesifik memberikan porsi yang cukup besar untuk pendidikan literasi keuangan. Pendidikan formal tentang pengelolaan keuangan masih terbatas dan cenderung diabaikan (Widayat & Kurniawan, 2021). Banyak siswa yang hanya mendapatkan pemahaman finansial secara informal dari keluarga atau lingkungan, yang seringkali tidak mencakup konsep manajemen keuangan yang lebih kompleks seperti perencanaan anggaran, investasi, dan pengelolaan utang.

Faktor sosial-ekonomi juga mempengaruhi kemampuan pengelolaan keuangan siswa. Menurut penelitian Harun (2022), latar belakang ekonomi keluarga memainkan peran penting dalam cara remaja memahami dan mengelola keuangan mereka. Di Kabupaten Pangandaran, di mana mayoritas masyarakat bergantung pada sektor pertanian dan pariwisata, siswa dari keluarga berpenghasilan rendah sering kali harus menghadapi tekanan ekonomi yang mendorong mereka untuk membantu keuangan keluarga melalui pekerjaan paruh waktu. Namun, tanpa adanya panduan yang jelas tentang manajemen keuangan, mereka sering kali kesulitan dalam mengelola penghasilan yang mereka dapatkan secara bijak (Harun, 2022).

Pentingnya program literasi keuangan di sekolah menjadi semakin relevan untuk mengatasi permasalahan ini. Menurut Yuniarti (2023), literasi keuangan yang memadai tidak hanya akan membantu siswa dalam mengelola keuangan pribadi, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan finansial di masa depan. Program literasi keuangan yang komprehensif dapat mencakup pengajaran tentang pentingnya menabung, pengelolaan anggaran, investasi, dan cara menghindari utang. Dengan keterampilan ini, siswa akan lebih siap menghadapi perubahan ekonomi dan mampu mengambil keputusan finansial yang lebih bijaksana, baik sebagai individu maupun anggota masyarakat (Yuniarti, 2023).

Sebagai kesimpulan, peningkatan literasi keuangan bagi pelajar, khususnya di MA Tunggilis dan sekolah lainnya di Indonesia, sangat krusial dalam menciptakan generasi muda yang cerdas secara finansial. Dengan pengetahuan yang baik tentang manajemen keuangan, siswa tidak hanya akan terhindar dari kebiasaan finansial yang buruk tetapi juga akan lebih mampu memanfaatkan perkembangan teknologi finansial untuk mencapai tujuan keuangan mereka di masa depan.

3 METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu jenis penelitian yang berupaya menggambarkan suatu fenomena atau kejadian dengan apa adanya. Data yang digunakan dalam jenis penelitian ini merupakan data data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk gambar penyajian laporan. Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan secara holistik dan dengan caca deskripsi dalam bentuk kata kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Menurut Masyhuri dan Zainuddin (2008:20) Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang pemecahan misalnya menggunakan data empiris. Baik pada penelitian kuantitatif maupun kualitatif desainnya sama, yang membedakannya adalah kemauan dan kepentingan peneliti itu sendiri.

Pemilihan penelitian kualitatif dalam Analisis Bijak berkeuangan di Usia Muda MA Tunggilis Kab Pangandaran karena fenomena yang diteliti oleh peneliti memerlukan data lapangan yang bersifat faktual melalui pengamatan secara mendalam, karena metode penelitian kualitatif pada dasarnya ditujukan untuk penelitian yang bersifat mengamati kasus sehingga melalui metode penelitian ini peneliti diharapkan mampu menemukan atau mendapatkan kesimpulan dari objek yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2016:9), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian, sedangkan data dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bermaksud untuk melihat, mengetahui, menggambarkan, dan menganalisis fenomena tertentu sesuai kenyataan yang terjadi. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan peristiwa nyata yang terjadi di lapangan melalui proses wawancara, observasi, maupun dokumentasi sesuai dengan data dan fakta yang diperoleh terkait dengan Analisis. Bijak berkeuangan di Usia Muda MA Tunggilis Kab Pangandaran.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah dilaksanakan pada tanggal 12 Januari 2024–15 Maret 2024 di MA Tunggilis Kab Pangandaran. Lokasi tersebut dipilih dengan dasar atas pertimbangan agar dapat memperoleh data yang akurat serta persetujuan untuk mengetahui bagaimana Bijak berkeuangan di Usia Muda Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Sebagaimana telah banyak dianalisis oleh para ahli seperti Miles dan Menurut Sugiyono (2016:9), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif / kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian, sedangkan data dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bermaksud untuk melihat, mengetahui, menggambarkan, dan menganalisis fenomena tertentu sesuai kenyataan yang terjadi. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan peristiwa nyata yang terjadi di lapangan melalui proses wawancara, observasi, maupun dokumentasi sesuai dengan data dan fakta yang diperoleh terkait dengan Analisis Bijak berkeuangan di Usia Muda MA Tunggilis Kab Pangandaran. Sebagaimana telah banyak dianalisis oleh para ahli seperti Miles dan Huberman (1994:43), Islamy (2001:19). Dalam istilah lain, sebagaimana yang juga diungkapkan oleh Riyanto (2003:19), bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti selain berperan sebagai pengelola penelitian juga tidak dapat digantikan oleh instrumen lainnya. Pelibatan peneliti sebagai instrumen bukan berarti menghilangkan esensi manusianya, tetapi kapasitas jiwa dan raganya dalam mengamati, bertanya, melacak, memahami, dan mengabstrasikan merupakan alat penting dalam proses penelitian. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil observasi Bijak berkeuangan di Usia Muda MA Tunggilis Kab Pangandaran menunjukkan beberapa hasil positif, antara lain:

1. Kesadaran menabung meningkat
Siswa menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya menabung sejak dini, sebagai langkah awal dalam mengelola keuangan mereka.
2. Pengelolaan uang saku lebih terencana

Siswa mulai membagi uang saku mereka untuk keperluan harian, tabungan, dan dana darurat, menunjukkan perencanaan keuangan yang lebih baik.

3. Pengetahuan dasar investasi.

Beberapa siswa mulai memahami konsep investasi, seperti tabungan berjangka atau deposito, sebagai bentuk pengelolaan keuangan jangka panjang.

4. Siswa mulai membagi uang saku mereka untuk keperluan harian, tabungan, dan dana darurat, menunjukkan perencanaan keuangan yang lebih baik. kualitas layanan administrasi perpustakaan.

5. Pemahaman tentang hutang dan tanggung jawab finansial.

Siswa mulai memahami risiko berhutang dan pentingnya tanggung jawab finansial, sehingga menghindari meminjam uang untuk hal-hal yang kurang penting.

5 SIMPULAN

Manajemen merupakan suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha para anggota organisasi atau institusi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Menurut Budianto (1991:92) Manajemen perkantoran merupakan kekuatan yang tidak berwujud, yang berkaitan dengan perencanaan mengorganisasikan dan mengkoordinasikan manusia, bahan-bahan, mesin-mesin, uang dan pasar-pasar dalam bidang pekerjaan kantor dan pengarahan dan mengawasi aneka macam hal demikian rupa, hingga sasaran perusahaan. "Bijak Berkeuangan di Usia Muda" di MA Tunggal merupakan bagian dari program nasional yang didukung oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan literasi keuangan di kalangan pelajar. Program ini dirancang sebagai upaya strategis untuk membekali generasi muda, khususnya siswa MA Tunggal, dengan keterampilan mengelola keuangan secara bijak, seperti menabung, berinvestasi, dan mengatur pengeluaran. Melalui program ini, pemerintah berharap siswa dapat lebih memahami pentingnya perencanaan keuangan sejak usia dini. Dengan keterampilan tersebut, mereka diharapkan dapat menjadi individu yang lebih mandiri secara finansial, mampu membuat keputusan yang bijak terkait keuangan, dan siap menghadapi tantangan ekonomi di masa depan. Program ini juga merupakan bagian dari inisiatif nasional untuk memperkuat literasi keuangan di seluruh Indonesia, agar tercipta masyarakat yang lebih cerdas dalam mengelola sumber daya keuangan pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamzah, A., & Fauzan, R. (2023). *Pengaruh Teknologi Finansial terhadap Kebiasaan Belanja Impulsif Pelajar SMA*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 11(2), 45-56.
- Harun, A. (2022). *Dampak Latar Belakang Sosial Ekonomi terhadap Pengelolaan Keuangan Pelajar di Kabupaten Pangandaran*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 27-36.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- OECD. (2020). *PISA 2018 Results: Students' Financial Literacy*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Otoritas Jasa Keuangan, Jakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widayat, T., & Kurniawan, F. (2021). *Peran Pendidikan Literasi Keuangan dalam Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Keuangan Siswa SMA*. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 8(2), 72-83.
- Yuniarti, A. (2023). *Literasi Keuangan pada Siswa SMA: Strategi Mempersiapkan Generasi Muda yang Mandiri secara Finansial*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1), 55

Meningkatkan Hasil Produk Olahan Gula Merah Melalui Coaching Clinic Digital Marketing di Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran

Elan Rusnendar, Irfan Achmad Musadat

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia Email: elanrusnendar@unibi.ac.id; irfanachamd@unibi.ac.id.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan hasil produk olahan gula merah melalui pelaksanaan program Coaching Clinic Digital Marketing di Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran. Program ini difokuskan pada pemberdayaan pelaku UMKM di wilayah pedesaan yang memiliki potensi besar dalam pengolahan produk lokal, khususnya gula merah. Pemanfaatan digital marketing menjadi strategi utama untuk meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Beberapa langkah yang diterapkan meliputi pengenalan dasar digital marketing, pelatihan penggunaan media sosial, optimalisasi platform e-commerce, penguatan strategi branding produk, pengenalan sistem pembayaran digital, dan analisis pasar serta target audiens. Hasil dari coaching clinic ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi pelaku UMKM terkait pemasaran digital, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal, memperluas jaringan distribusi, serta meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Kata Kunci: UMKM, digital marketing, gula merah, coaching clinic, pemasaran digital, Kalipucang.

Abstract

This study aims to enhance the production outcomes of processed palm sugar through the implementation of a Digital Marketing Coaching Clinic program in Kalipucang District, Pangandaran Regency. The program focuses on empowering small and medium enterprises (SMEs) in rural areas, which have significant potential in processing local products, particularly palm sugar. The utilization of digital marketing is the primary strategy to boost sales and expand market reach. Several steps involved include introducing the basics of digital marketing, training in the use of social media, optimizing e-commerce platforms, strengthening product branding strategies, introducing digital payment systems, and conducting market and target audience analysis. The results of this coaching clinic are expected to provide a better understanding for SMEs regarding digital marketing, enabling them to increase the competitiveness of local products, expand distribution networks, and improve the income of the local community.

Keywords: *UMKM, digital marketing, palm sugar, coaching clinic, digital marketing, Kalipucang.*

1 PENDAHULUAN

Produk olahan gula merah merupakan salah satu komoditas unggulan di Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran. Gula merah memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak digunakan dalam industri makanan serta minuman tradisional maupun modern. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap teknologi pemasaran digital yang saat ini menjadi sarana penting dalam memperluas jangkauan pasar. Digital marketing telah menjadi salah satu alat yang sangat

efektif untuk meningkatkan daya saing produk lokal, terutama di era globalisasi yang semakin mengedepankan penggunaan teknologi dalam transaksi bisnis. Penggunaan media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran digital dapat membantu memperkenalkan produk UMKM ke pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Namun, banyak pelaku UMKM di Kecamatan Kalipucang belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang cara memanfaatkan platform digital tersebut secara optimal. Melalui program Coaching Clinic Digital Marketing, pelaku UMKM gula merah diharapkan dapat diberikan pembekalan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mereka. Program ini akan membantu mereka dalam mempelajari teknik-teknik dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk promosi, serta optimalisasi platform e-commerce. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan produk olahan gula merah dari Kalipucang dapat lebih dikenal oleh konsumen yang lebih luas, sehingga meningkatkan hasil penjualan dan pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal. Program ini juga akan mencakup sesi praktik langsung, di mana para pelaku UMKM dapat mengimplementasikan strategi yang telah dipelajari secara langsung di lapangan. Dengan dukungan mentor yang berpengalaman, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengatasi berbagai hambatan yang mereka hadapi dan mampu membangun brand yang kuat serta meningkatkan visibilitas produk mereka di dunia maya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pelaksanaan Coaching Clinic Digital Marketing dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan hasil produk olahan gula merah di Kecamatan Kalipucang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi terkait strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM dalam memaksimalkan potensi digital marketing untuk pengembangan usaha mereka.

2 KAJIAN PUSTAKA

Dalam upaya meningkatkan hasil produk olahan gula merah melalui *Coaching Clinic* Digital Marketing, berbagai teori dan konsep harus dipahami sebagai landasan bagi pelaksanaan program. Kajian pustaka ini mengulas literatur yang relevan tentang UMKM, digital marketing, dan strategi pengembangan produk lokal. UMKM berperan penting dalam perekonomian nasional dengan kontribusinya terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja. Namun, menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2021), UMKM menghadapi tantangan terkait akses pasar, permodalan, dan teknologi. Di sektor olahan gula merah, UMKM seringkali mengalami keterbatasan akses terhadap teknologi dan pasar yang lebih luas (Tambunan, 2019). *Digital marketing*, seperti yang dijelaskan oleh Chaffey dan Ellis-Chadwick (2020), mencakup penggunaan media sosial, *email marketing*, optimasi mesin pencari (SEO), dan e-commerce. Implementasi digital marketing mampu memperluas pasar produk lokal seperti gula merah dan meningkatkan penjualan. Studi oleh Yuliana (2022) menunjukkan bahwa strategi digital marketing dapat meningkatkan penjualan UMKM hingga 40% dalam satu tahun. *Coaching Clinic*, menurut Anderson (2018), merupakan metode pelatihan intensif yang efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta, khususnya dalam penguasaan teknologi baru. Ini dapat membantu UMKM dalam memahami dan menerapkan pemasaran digital secara praktis. Pemasaran produk lokal melalui *branding* juga krusial. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa *branding* adalah proses membangun identitas produk yang kuat dan dipercaya oleh konsumen. Produk gula merah yang dibangun dengan strategi *branding* yang efektif mampu memiliki daya saing lebih tinggi (Kurniawan, 2021). Selain itu, e-commerce telah menjadi saluran distribusi yang efisien, dan Susanto (2021) mengungkapkan bahwa UMKM yang beralih ke e-commerce mengalami peningkatan penjualan signifikan dalam dua tahun pertama.

Teknologi keuangan dan sistem pembayaran digital, seperti dompet digital dan QRIS, semakin memudahkan transaksi UMKM. Raharjo (2022) menemukan bahwa sistem pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi hingga 25%. Untuk mencapai target pemasaran yang tepat, analisis pasar diperlukan. Stanton (2020) menyebutkan bahwa analisis ini mengidentifikasi perilaku dan kebutuhan konsumen yang memungkinkan pelaku UMKM mengoptimalkan kampanye digital mereka. Produk gula merah memiliki potensi besar sebagai produk lokal unggulan, dengan nilai gizi yang tinggi dan peluang besar di pasar ekspor (Saputri, 2020). Namun, kualitas dan strategi pemasaran perlu ditingkatkan. Digitalisasi UMKM juga terbukti mampu meningkatkan daya saing di pasar global (Nugroho, 2022),

menjadikan digital marketing sebagai alat penting untuk UMKM dalam memperluas pasar dan bersaing di tingkat internasional.

3 METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau kejadian sebagaimana adanya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Laporan penelitian akan disusun dengan menyertakan kutipan data sebagai bagian dari penyajian laporan. Data tersebut dapat berasal dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, memo, dan dokumen resmi lainnya. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara menyeluruh. Pendekatan ini menyajikan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, serta memanfaatkan berbagai metode yang bersifat alami dalam konteks yang natural. Menurut Creswell (2014) Creswell menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dihasilkan oleh individu atau kelompok terkait dengan masalah sosial atau manusia. Proses penelitian kualitatif melibatkan pertanyaan yang luas, pengumpulan data yang terdiri dari teks, gambar, atau pengamatan, serta interpretasi hasil data untuk menemukan pola, tema, dan hubungan. Tujuan penelitian kualitatif adalah memahami pengalaman subjek dalam konteks tertentu. Pemilihan penelitian kualitatif dalam Analisis Meningkatkan Hasil Produk Olahan Gula Merah Melalui Coaching Clinic Digital Marketing di Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. karena fenomena yang diteliti oleh peneliti memerlukan data lapangan yang bersifat faktual melalui pengamatan secara mendalam, karena metode penelitian kualitatif pada dasarnya ditujukan untuk penelitian yang bersifat mengamati kasus sehingga melalui metode penelitian ini peneliti diharapkan mampu menemukan atau mendapatkan kesimpulan dari objek yang diteliti. Menurut Denzin dan Lincoln (2011), penelitian kualitatif adalah pendekatan multidisipliner yang menekankan pada interpretasi sosial. Mereka menganggap bahwa penelitian kualitatif menempatkan subjek penelitian dalam dunia alamiah mereka dan berusaha memahami fenomena dari sudut pandang subjek. Penelitian ini bersifat fleksibel dan memfasilitasi perubahan desain penelitian seiring dengan perkembangan data. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subyek penelitian, sedangkan data dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bermaksud untuk melihat, mengetahui, menggambarkan, dan menganalisis fenomena tertentu sesuai kenyataan yang terjadi.

Penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan peristiwa nyata yang terjadi di lapangan melalui proses wawancara, observasi, maupun dokumentasi sesuai dengan data dan fakta yang diperoleh terkait dengan Analisis. Meningkatkan Hasil Produk Olahan Gula Merah Melalui Coaching Clinic Digital Marketing di Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan deskriptif berhasil menggambarkan fenomena yang terjadi sebagaimana adanya, berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara, catatan lapangan, dokumen, serta observasi langsung di Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami lebih dalam perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan subjek terkait dengan analisis peningkatan hasil produk olahan gula merah melalui coaching clinic digital marketing. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pelaksanaan coaching clinic digital marketing memberikan dampak signifikan terhadap pemahaman dan kemampuan pengrajin gula merah dalam memasarkan produk mereka secara online. Para pengrajin sebelumnya hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional, namun setelah mendapatkan pelatihan, mereka lebih percaya diri menggunakan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagaimana dinyatakan oleh Creswell (2014), penelitian kualitatif memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap makna yang dihasilkan individu atau kelompok terkait masalah sosial atau ekonomi yang mereka hadapi.

Hal ini relevan dalam konteks penelitian ini, di mana peningkatan literasi digital di kalangan pengrajin gula merah telah menciptakan peluang baru dalam peningkatan pendapatan dan pengembangan produk mereka. Pendekatan yang fleksibel seperti yang dijelaskan oleh Denzin dan Lincoln (2011) juga menjadi keunggulan penelitian ini, karena desain penelitian terus berkembang seiring dengan diperolehnya data yang lebih kaya dari lapangan. Melalui metode kualitatif ini, peneliti dapat secara efektif menangkap fenomena yang dialami subjek penelitian, dan menggambarkannya secara rinci dalam konteks dunia alami mereka. Secara keseluruhan, penelitian ini mengungkapkan bahwa pelatihan digital marketing bagi pengrajin gula merah di Kalipucang memberikan hasil yang positif, baik dalam aspek peningkatan pengetahuan digital maupun implementasi strategi pemasaran online. Hasil ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan program serupa di masa mendatang untuk sektor-sektor lainnya yang juga memerlukan adaptasi teknologi pemasaran.

5 SIMPULAN

Manajemen adalah suatu proses terencana yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efisien dan efektif (Robinson, 2023). Selain itu, manajemen merupakan seni dan ilmu dalam mengorganisir sumber daya manusia dan sumber daya lainnya, termasuk waktu dan uang, untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara yang optimal (Sihombing dan Sinaga, 2023). Manajemen juga melibatkan proses pengambilan keputusan strategis yang mengarahkan dan mengkoordinasikan sumber daya organisasi agar dapat beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan yang terus berubah (Thompson dan Strickland, 2023). Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan deskriptif dan kualitatif yang diterapkan berhasil menggambarkan secara mendalam fenomena peningkatan hasil produk olahan gula merah di Kecamatan Kalipucang melalui coaching clinic digital marketing. Berdasarkan data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, pelatihan digital marketing ini memberikan dampak yang signifikan terhadap pemahaman dan kemampuan pengrajin dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Para pengrajin yang sebelumnya hanya mengandalkan metode pemasaran tradisional, setelah mendapatkan pelatihan, menjadi lebih percaya diri dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas melalui media digital. Peningkatan literasi digital di kalangan pengrajin gula merah tidak hanya membuka peluang untuk memperluas pasar, tetapi juga meningkatkan pendapatan dan kualitas pengembangan produk mereka. Penelitian ini mengonfirmasi pentingnya penerapan strategi pemasaran digital dalam industri lokal, seperti yang disarankan oleh Creswell (2014), yang memungkinkan eksplorasi makna dari pengalaman sosial dan ekonomi yang dihadapi oleh subjek penelitian. Fleksibilitas desain penelitian seperti yang diuraikan oleh Denzin dan Lincoln (2011) juga mendukung perkembangan penelitian ini, yang terus beradaptasi seiring dengan dinamika di lapangan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan program pelatihan digital marketing di sektor lain yang memerlukan peningkatan keterampilan dalam menghadapi era digitalisasi, khususnya di wilayah pedesaan atau sektor ekonomi kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C. (2018). *Coaching Clinic: Effective Training Methods for Skill Development*. Publisher Name.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (4th ed.). SAGE Publications.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Laporan Tahunan UMKM 2021*. Retrieved from [URL if available]

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kurniawan, A. (2021). Branding untuk Produk Lokal: Strategi dan Implementasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45-58.
- Nugroho, R. (2022). Digitalisasi UMKM: Peluang dan Tantangan di Era Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-135.
- Raharjo, S. (2022). Pengaruh Sistem Pembayaran Digital terhadap Efisiensi Transaksi UMKM. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 5(3), 201-210.
- Robinson, R. (2023). *Manajemen Modern: Teori dan Praktik*. Publisher Name.
- Sihombing, M., & Sinaga, D. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. *Jurnal Manajemen Sumber Daya*, 8(1), 32-40.
- Saputri, E. (2020). Potensi Gula Merah dalam Perekonomian Lokal: Analisis dan Peluang. *Jurnal Agribisnis*, 15(2), 67-75.
- Stanton, W. J. (2020). *Fundamentals of Marketing* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Susanto, M. (2021). E-commerce sebagai Saluran Distribusi UMKM: Studi Kasus dan Implikasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(4), 88-95.
- Tambunan, T. (2019). UMKM dan Pembangunan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 18(3), 213-225.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (2023). *Strategic Management: Concepts and Cases* (20th ed.). McGraw-Hill.
- Yuliana, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Penjualan UMKM: Analisis Empiris. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 9(2), 101-110.

Pentingnya Menabung dan Berinvestasi di Usia Muda

Irfan Achmad Musadat, Agung Pramayuda, Retno Widya Ningrum

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: irfanachamd@unibi.ac.id; agungpramayuda@unibi.ac.id; retnowidya@unibi.ac.id

Abstrak

Pentingnya menabung dan berinvestasi di usia muda semakin mendapat perhatian seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pengelolaan keuangan pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi kebiasaan menabung dan berinvestasi di kalangan remaja dan dewasa muda. Dalam studi ini, digunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap mahasiswa Universitas Setia Budi Program Studi Psikologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sikap terhadap pengelolaan keuangan, pengetahuan tentang investasi, dan persepsi tentang masa depan berhubungan positif dengan kecenderungan untuk menabung dan berinvestasi. Selain itu, faktor motivasi intrinsik dan pendidikan keuangan memiliki peran penting dalam membentuk kebiasaan finansial yang sehat di usia muda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya pendidikan keuangan sejak dini, serta mendorong kebiasaan menabung dan berinvestasi yang lebih baik di kalangan generasi muda.

Kata kunci: Menabung, berinvestasi, usia muda, psikologi, pengelolaan keuangan.

Abstract

The importance of saving and investing at a young age has gained increasing attention as awareness of personal financial management rises. This study aims to explore the psychological factors that influence saving and investing habits among adolescents and young adults. A quantitative approach was used in this study with a survey conducted on students from the Psychology Program at Universitas Setia Budi. The results show that attitudes toward financial management, knowledge about investing, and perceptions of the future have a positive relationship with the tendency to save and invest. Furthermore, intrinsic motivation and financial education play important roles in shaping healthy financial habits at a young age. This research is expected to provide insights into the importance of financial education from an early age and encourage better saving and investing habits among the younger generation.

Keywords: saving, investing, youth, psychology, financial management.

1 PENDAHULUAN

Di era modern ini, pengelolaan keuangan pribadi menjadi salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap individu, terutama di usia muda. Menabung dan berinvestasi merupakan dua aktivitas keuangan yang memiliki dampak jangka panjang terhadap kesejahteraan finansial seseorang. Meskipun demikian, banyak remaja dan dewasa muda yang kurang menyadari pentingnya kebiasaan ini atau merasa kurang memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara mengelola keuangan secara bijak. Pentingnya menabung dan berinvestasi sejak usia muda dapat memberikan berbagai manfaat, seperti keamanan finansial di masa depan, kemudahan dalam menghadapi keadaan darurat, serta kesempatan untuk meraih tujuan finansial yang lebih besar. Namun, kebiasaan ini sering kali tidak terbentuk tanpa adanya faktor pendorong yang kuat. Dalam hal ini, aspek psikologis seperti sikap, motivasi, dan pengetahuan individu tentang keuangan berperan besar dalam membentuk kebiasaan menabung dan

berinvestasi yang positif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi kebiasaan menabung dan berinvestasi di kalangan mahasiswa, khususnya pada Program Studi Psikologi Universitas Setia Budi. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan pendidikan keuangan yang lebih efektif, serta mendorong terbentuknya kebiasaan finansial yang sehat di kalangan generasi muda.

2 KAJIAN PUSTAKA

Menabung dan berinvestasi sejak usia muda memiliki dampak signifikan terhadap kestabilan finansial di masa depan. Menurut Suryanto (2021), menabung tidak hanya membantu individu memiliki cadangan dana untuk kebutuhan mendesak, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk perencanaan untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Penelitian oleh Nugroho (2020) menunjukkan bahwa kebiasaan menabung yang dibentuk sejak dini dapat menciptakan kedisiplinan finansial yang berkelanjutan sepanjang hidup. Berinvestasi, di sisi lain, merupakan langkah yang lebih maju dalam pengelolaan keuangan. Menurut Andriani (2022), investasi yang dilakukan di usia muda memberikan keuntungan jangka panjang karena pertumbuhan nilai aset yang dihasilkan oleh instrumen investasi seperti saham, reksa dana, atau properti. Pengetahuan tentang investasi dapat membantu individu mengelola risiko finansial dan memanfaatkan potensi pasar untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Dalam mengembangkan kebiasaan menabung dan berinvestasi, faktor psikologis memainkan peran yang sangat penting. Sikap dan persepsi individu terhadap uang, kekayaan, dan masa depan dapat memengaruhi keputusan mereka dalam mengelola keuangan. Menurut Ajzen (2020), teori perilaku terencana menyatakan bahwa niat seseorang untuk menabung atau berinvestasi sangat dipengaruhi oleh sikapnya terhadap perilaku tersebut, kontrol persepsian, dan norma sosial yang ada di sekitarnya. Selain itu, motivasi intrinsik juga berperan dalam membentuk kebiasaan finansial yang positif. Haryono (2021) menjelaskan bahwa individu yang memiliki motivasi intrinsik untuk mencapai tujuan keuangan tertentu cenderung lebih disiplin dalam menabung dan berinvestasi dibandingkan mereka yang hanya termotivasi oleh faktor eksternal. Motivasi ini sering kali didorong oleh pemahaman yang lebih mendalam tentang manfaat jangka panjang dari pengelolaan keuangan yang bijak.

Pendidikan keuangan merupakan aspek penting dalam membangun kesadaran akan pentingnya menabung dan berinvestasi. Menurut Lusardi dan Mitchell (2019), pendidikan keuangan yang tepat dapat membantu individu memahami konsep-konsep dasar pengelolaan keuangan dan investasi, sehingga mereka lebih mampu membuat keputusan yang bijaksana. Di Indonesia, pendidikan keuangan sering kali dianggap kurang memadai, sehingga banyak generasi muda yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara mengelola uang secara efektif. Pendidikan keuangan di usia muda dapat membentuk pola pikir yang positif terhadap uang dan memberikan keterampilan praktis yang berguna dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Murniati (2020), program pendidikan keuangan yang dilaksanakan di sekolah-sekolah dan universitas dapat meningkatkan pemahaman siswa atau mahasiswa tentang pentingnya menabung dan berinvestasi, serta mengurangi risiko keuangan yang dapat terjadi akibat ketidaktahuan atau kebiasaan buruk dalam mengelola uang. Persepsi individu tentang masa depan juga berperan besar dalam kebiasaan menabung dan berinvestasi. Jika seseorang memiliki pandangan positif terhadap masa depan dan merasa percaya diri dengan kemampuan mereka untuk mencapai tujuan finansial, mereka lebih cenderung untuk mulai menabung dan berinvestasi. Sebaliknya, ketidakpastian atau kekhawatiran tentang masa depan dapat menghambat seseorang untuk mengambil langkah-langkah finansial yang proaktif.

Studi oleh Prabowo (2021) menunjukkan bahwa individu yang merasa optimis tentang masa depan mereka cenderung lebih terbuka untuk mengambil risiko dalam investasi dan lebih disiplin dalam menabung. Oleh karena itu, penting untuk membangun persepsi yang positif dan realistis tentang masa depan agar kebiasaan menabung dan berinvestasi dapat terbentuk dengan baik.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif untuk menggambarkan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi kebiasaan menabung dan berinvestasi di kalangan mahasiswa Universitas Setia Budi, Program Studi Psikologi. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Setia Budi. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu mahasiswa yang memiliki pengalaman atau pengetahuan tentang pengelolaan keuangan pribadi, termasuk menabung dan berinvestasi. Sampel terdiri dari 150 mahasiswa dari berbagai angkatan. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang mengukur empat variabel utama Sikap terhadap Pengelolaan Keuangan: Menggunakan skala Likert dengan 10 pernyataan. Pengetahuan tentang Investasi: 10 item pertanyaan mengenai instrumen investasi. Motivasi Menabung dan Berinvestasi: Skala Likert dengan 12 pernyataan mengenai dorongan intrinsik dan ekstrinsik. Persepsi tentang Masa Depan dan Keuangan: 8 item pertanyaan tentang pandangan keuangan masa depan. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan luring. Sebelum mengisi, responden diberi penjelasan tentang tujuan penelitian dan prosedur pengisian. Partisipasi bersifat sukarela dan responden memberikan persetujuan yang diinformasikan. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan statistik inferensial (korelasi dan regresi) untuk menguji hubungan antara sikap, pengetahuan, motivasi, dan persepsi terhadap kebiasaan menabung dan berinvestasi. Semua analisis dilakukan menggunakan Instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya melalui uji coba pada sampel kecil. Uji validitas dilakukan dengan analisis faktor, dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's alpha, dengan instrumen dianggap valid jika mencapai nilai standar yang ditentukan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi kebiasaan menabung dan berinvestasi di kalangan mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Setia Budi. Berdasarkan analisis data yang diperoleh dari 150 responden, berikut adalah hasil yang ditemukan dan pembahasannya. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap terhadap pengelolaan keuangan berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan menabung dan berinvestasi. Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap pengelolaan keuangan cenderung lebih disiplin dalam menabung dan memilih untuk berinvestasi. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sikap terhadap pengelolaan keuangan pribadi menjadi faktor penting dalam perilaku finansial individu (Lusardi & Mitchell, 2014). Analisis data juga menunjukkan bahwa pengetahuan tentang investasi memiliki hubungan positif dengan kebiasaan berinvestasi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih baik tentang instrumen investasi, seperti saham, reksa dana, dan deposito, lebih tertarik untuk memulai investasi. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi tentang investasi yang lebih baik dapat mendorong kebiasaan berinvestasi yang lebih sehat. Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Bernheim & Garrett (2003) yang menemukan bahwa pengetahuan finansial dapat mempengaruhi keputusan investasi seseorang. Motivasi untuk menabung dan berinvestasi baik intrinsik maupun ekstrinsik berperan penting dalam membentuk kebiasaan finansial mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki motivasi intrinsik (seperti keinginan untuk keamanan finansial di masa depan) maupun motivasi ekstrinsik (seperti pengaruh lingkungan atau orang lain) lebih cenderung untuk melakukan tabungan dan investasi. Hal ini sesuai dengan teori motivasi yang dikemukakan oleh Deci dan Ryan (2000), yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik dan ekstrinsik memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku individu dalam mencapai tujuan keuangan mereka. Persepsi positif terhadap masa depan finansial juga ditemukan berhubungan erat dengan kebiasaan menabung dan berinvestasi. Mahasiswa yang optimis terhadap masa depan keuangan mereka lebih termotivasi untuk mengatur keuangan dengan lebih baik, termasuk menabung dan berinvestasi. Hasil ini konsisten dengan studi oleh Shefrin dan Thaler (1988), yang menunjukkan bahwa persepsi seseorang terhadap masa depan dapat mempengaruhi keputusan finansial mereka saat ini. Analisis statistik menggunakan uji korelasi dan regresi menunjukkan bahwa sikap terhadap pengelolaan keuangan, pengetahuan tentang investasi, motivasi, dan persepsi terhadap

masa depan secara kolektif memiliki pengaruh positif terhadap kebiasaan menabung dan berinvestasi di kalangan mahasiswa. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan koefisien Cronbach's alpha menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas yang tinggi, dengan nilai di atas 0,7 untuk masing-masing variabel yang diukur. Uji validitas faktor juga mengindikasikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini valid, karena semua faktor yang diukur berkontribusi secara signifikan terhadap konstruk yang dimaksud.

5 SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi kebiasaan menabung dan berinvestasi di kalangan mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Setia Budi. Berdasarkan hasil analisis data dari 150 responden, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara beberapa faktor psikologis dan kebiasaan menabung serta berinvestasi mahasiswa.

1. **Sikap terhadap Pengelolaan Keuangan:** Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap pengelolaan keuangan lebih disiplin dalam menabung dan lebih cenderung berinvestasi. Hal ini menunjukkan pentingnya pembentukan sikap yang baik terhadap pengelolaan keuangan pribadi.
2. **Pengetahuan tentang Investasi:** Pengetahuan yang lebih baik mengenai instrumen investasi, seperti saham, reksa dana, dan deposito, berhubungan positif dengan kebiasaan berinvestasi. Pendidikan dan informasi yang lebih mendalam mengenai investasi dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk mulai berinvestasi.
3. **Motivasi Menabung dan Berinvestasi:** Baik motivasi intrinsik (seperti keinginan untuk keamanan finansial) maupun motivasi ekstrinsik (seperti pengaruh dari lingkungan sekitar) mempengaruhi kebiasaan menabung dan berinvestasi mahasiswa. Faktor motivasi ini penting untuk membangun kebiasaan finansial yang sehat.
4. **Persepsi terhadap Masa Depan Finansial:** Mahasiswa yang memiliki pandangan optimis terhadap masa depan finansial mereka cenderung lebih termotivasi untuk menabung dan berinvestasi. Persepsi positif terhadap masa depan dapat mendorong mahasiswa untuk lebih bijaksana dalam mengelola keuangan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, S. (2022). *Investasi di Usia Muda: Keuntungan Jangka Panjang dan Pertumbuhan Nilai Aset*. Jurnal Keuangan Muda, 13(2), 145-159.
- Ajzen, I. (2020). *The Theory of Planned Behavior: A Review of the Literature*. Psychological Review, 127(1), 131-145.
- Bernheim, B. D., & Garrett, D. M. (2003). *The Effects of Financial Education in the Workplace: Evidence from a Survey of Households*. Journal of Public Economics, 87(3-4), 611-640.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior*. Psychological Inquiry, 11(4), 227-268.
- Haryono, D. (2021). *Motivasi Intrinsik dalam Kebiasaan Menabung dan Berinvestasi: Faktor yang Mendorong Disiplin Keuangan Pribadi*. Jurnal Psikologi Keuangan, 18(1), 45-60.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2019). *The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence*. Journal of Economic Literature, 57(2), 381-423.
- Murniati, R. (2020). *Pendidikan Keuangan di Sekolah dan Universitas: Meningkatkan Kesadaran dan Pengetahuan Keuangan pada Generasi Muda*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 22(3), 289-303.
- Nugroho, A. (2020). *Kebiasaan Menabung Sejak Dini: Menciptakan Kedisiplinan Finansial untuk Masa Depan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 29(4), 115-126.
- Prabowo, R. (2021). *Persepsi Positif terhadap Masa Depan dan Pengaruhnya terhadap Kebiasaan Menabung dan Berinvestasi*. Jurnal Psikologi Sosial, 14(1), 23-34.
- Shefrin, H., & Thaler, R. H. (1988). *The Behavioral Life-Cycle Hypothesis*. Economic Inquiry, 26(4), 609-643.

Suryanto, H. (2021). *Manfaat Menabung sebagai Perencanaan Keuangan Jangka Panjang*. Jurnal Manajemen Keuangan, 10(2), 78-85.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2020). *Laporan Keuangan dan Literasi Keuangan Indonesia 2020*. OJK Publishing.

Proyeksi Ekonomi dan Masa Depan UMKM di Indonesia Bagi Pelaku UMKM Binaan Rumah BUMN – Kota Bandung

Irfan Achmad Musadat, Nur Fajrin Muharomah, Dwi Hanum Setiya Ningrum, Risti Malyani, Tri Lestari,
Susu Julianti, Siti Oktaviani Nurhaliza

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

Email: irfanachamd@unibi.ac.id; muharomahfajrin26@gmail.com; hanumingrum42@gmail.com;
ristiimaylani@gmail.com; lestaritri2202@gmail.com; susijulianti31@gmail.com; siti02oktaviani@gmail.com

Abstrak

Proyeksi ekonomi memiliki peranan penting dalam memberikan gambaran tentang peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya di tengah perubahan global dan dinamika ekonomi domestik. Penelitian ini berfokus pada masa depan UMKM di bawah binaan Rumah BUMN di Kota Bandung, dengan tujuan mengeksplorasi bagaimana strategi adaptasi, inovasi, dan kolaborasi dapat mendukung keberlanjutan usaha mereka. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan dari wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pengelola Rumah BUMN, serta analisis dokumen terkait kebijakan pemerintah dan tren ekonomi terkini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama dengan dukungan akses teknologi, pemasaran digital, dan ekosistem kolaboratif yang difasilitasi oleh Rumah BUMN. Namun, tantangan seperti akses permodalan, literasi digital, dan ketidakpastian ekonomi global menjadi hambatan yang harus diatasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk menghadapi masa depan, pelaku UMKM perlu meningkatkan kompetensi manajerial, memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh digitalisasi, serta menjalin sinergi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan swasta. Rumah BUMN diharapkan terus menjadi penggerak utama dalam mendukung inovasi dan keberlanjutan UMKM di Kota Bandung.

Kata Kunci: UMKM, Proyeksi Ekonomi, Rumah BUMN, Digitalisasi, Keberlanjutan Usaha.

Abstract

This study focuses on the future of MSMEs under the guidance of Rumah BUMN in Bandung City, aiming to explore how adaptation, innovation, and collaboration strategies can support their business sustainability. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with MSME actors, Rumah BUMN managers, and analysis of documents related to government policies and current economic trends. The findings reveal that the MSME sector holds significant potential for growth, especially with the support of technological access, digital marketing, and a collaborative ecosystem facilitated by Rumah BUMN. However, challenges such as access to capital, digital literacy, and global economic uncertainty remain obstacles that need to be addressed. The study concludes that to face the future, MSME actors need to enhance managerial competencies, leverage opportunities offered by digitalization, and foster synergies with various stakeholders, including the government and private sector. Rumah BUMN is expected to continue being a key driver in supporting innovation and the sustainability of MSMEs in Bandung City.

Keywords: MSMEs, Economic Projections, Rumah BUMN, Digitalization, Business Sustainability.

1 PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini tidak hanya menjadi tulang punggung bagi penciptaan lapangan kerja, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Di tengah dinamika ekonomi global dan domestik, UMKM menghadapi tantangan yang semakin kompleks, seperti perubahan preferensi konsumen, adopsi teknologi digital, serta akses permodalan. Oleh karena itu, proyeksi ekonomi menjadi penting untuk memberikan panduan bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi yang adaptif dan inovatif. Rumah BUMN, sebagai salah satu inisiatif pemerintah dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), hadir untuk mendukung pengembangan UMKM melalui pendampingan, pelatihan, dan penyediaan akses ke jaringan bisnis yang lebih luas. Di Kota Bandung, Rumah BUMN memainkan peranan signifikan dalam mendorong daya saing UMKM binaannya. Namun, pertanyaan utama yang muncul adalah bagaimana pelaku UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah tantangan ekonomi yang semakin kompleks, sekaligus memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai proyeksi ekonomi dan masa depan UMKM di bawah binaan Rumah BUMN di Kota Bandung. Dengan memahami peluang dan tantangan yang dihadapi, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

2 KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka dalam penelitian ini menjadi landasan teori untuk memahami dan menganalisis proyeksi ekonomi serta masa depan UMKM di Indonesia, khususnya yang berada di bawah binaan Rumah BUMN. Fokus utama kajian ini melibatkan beberapa konsep kunci, yaitu peran strategis UMKM dalam perekonomian, pengaruh proyeksi ekonomi terhadap keberlanjutan UMKM, inovasi digital sebagai peluang, dan peran lembaga pendukung seperti Rumah BUMN dalam pengembangan UMKM. UMKM memegang peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2022) menunjukkan bahwa sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB Indonesia dan menciptakan 97% lapangan kerja di seluruh negeri. Meskipun demikian, berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, rendahnya akses terhadap teknologi, dan kapasitas manajerial yang terbatas menjadi kendala utama dalam pengembangan sektor ini. Schaper (2020) menggarisbawahi bahwa adaptasi terhadap perubahan ekonomi global adalah salah satu kunci bagi UMKM untuk tetap bertahan dalam menghadapi dinamika pasar. Dalam hal ini, daya saing dapat ditingkatkan melalui inovasi dan kolaborasi lintas sektor. Proyeksi ekonomi menyediakan panduan bagi UMKM untuk merumuskan strategi yang lebih adaptif. Menurut laporan Bank Dunia (2023), perlambatan pertumbuhan ekonomi global, ketidakpastian geopolitik, dan tantangan lingkungan menjadi tekanan tambahan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM. Di dalam negeri, inflasi, fluktuasi nilai tukar, dan tantangan pasar domestik juga berpengaruh besar terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Studi Siregar et al. (2023) menekankan bahwa pelaku UMKM perlu memanfaatkan tren seperti konsumsi digital, potensi ekspor, dan pertumbuhan sektor industri kreatif. Tren ini dapat menjadi pilar utama untuk mendorong keberlanjutan UMKM di masa depan. Digitalisasi menjadi elemen kunci dalam transformasi UMKM. Menurut Davis (2021), pemanfaatan teknologi digital melalui e-commerce, media sosial, dan fintech dapat membantu UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan menghadirkan produk yang lebih kompetitif. Namun, rendahnya literasi digital menjadi hambatan besar bagi sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia (Tambunan, 2022). Dalam konteks ini, keberadaan lembaga pendukung seperti Rumah BUMN sangat penting untuk memberikan pelatihan, pendampingan, dan akses terhadap teknologi digital. Rumah BUMN dirancang untuk memperkuat UMKM melalui berbagai program pelatihan dan pendampingan. Menurut Rahayu dan Kumiawan (2022), inisiatif ini berhasil meningkatkan literasi manajerial dan kemampuan pemasaran digital bagi UMKM. Rumah BUMN di Kota Bandung, misalnya, telah menjalankan sejumlah program inovatif yang membantu UMKM lokal meningkatkan daya saing mereka.

Namun, Setiawan (2023) mencatat bahwa keberlanjutan program Rumah BUMN sangat bergantung pada kolaborasi yang efektif antara lembaga ini, pemerintah, dan sektor swasta. Sinergi yang baik antara berbagai pemangku kepentingan diperlukan untuk memastikan UMKM mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan ekonomi.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi proyeksi ekonomi dan masa depan UMKM di bawah binaan Rumah BUMN di Kota Bandung. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam pengalaman, tantangan, serta strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi. Penelitian dilakukan di Kota Bandung dengan fokus pada UMKM yang tergabung dalam program binaan Rumah BUMN. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada peran strategis Rumah BUMN dalam mendukung UMKM melalui pelatihan, pendampingan, serta pengembangan jaringan bisnis. Subjek penelitian mencakup pelaku UMKM yang menjadi binaan Rumah BUMN, pengelola Rumah BUMN yang secara langsung terlibat dalam program pengembangan UMKM, serta pemangku kebijakan dari pemerintah daerah dan sektor swasta yang relevan dengan keberlanjutan UMKM. Data diperoleh melalui wawancara mendalam untuk menggali pengalaman, tantangan, dan strategi adaptasi pelaku UMKM serta wawasan dari pengelola Rumah BUMN terkait program dukungan yang dijalankan.

Observasi lapangan dilakukan untuk mengamati aktivitas UMKM dan Rumah BUMN, seperti pelatihan, pemasaran digital, dan kolaborasi bisnis. Selain itu, studi dokumentasi dilakukan dengan menganalisis laporan tahunan, kebijakan pemerintah, serta data ekonomi terkini yang relevan. Analisis data dilakukan secara tematik, mencakup pengumpulan informasi dari berbagai sumber, reduksi data untuk menyederhanakan informasi sesuai fokus penelitian, penyajian data dalam bentuk narasi, serta penarikan kesimpulan berdasarkan pola-pola utama yang ditemukan. Validitas dan reliabilitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber, yang membandingkan data dari pelaku UMKM, pengelola Rumah BUMN, dan dokumen pendukung, serta triangulasi metode dengan menggabungkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proyeksi ekonomi UMKM, adopsi inovasi digital, serta efektivitas dukungan Rumah BUMN dalam menunjang keberlanjutan UMKM di Kota Bandung. Hasil penelitian ini juga bertujuan memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan UMKM di masa mendatang

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan mengenai proyeksi ekonomi dan masa depan UMKM di Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM binaan Rumah BUMN di Kota Bandung, menunjukkan beberapa temuan penting terkait tantangan, peluang, dan strategi yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, berikut adalah beberapa poin utama yang dapat disimpulkan. Pelaku UMKM di Kota Bandung menghadapi berbagai tantangan yang bersifat struktural maupun eksternal. Salah satunya adalah akses terbatas terhadap pembiayaan dan modal usaha, yang seringkali menghambat pengembangan usaha mereka. Selain itu, perubahan cepat dalam teknologi dan digitalisasi menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM yang belum sepenuhnya siap beradaptasi dengan platform digital. Kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital dan manajemen keuangan yang efisien juga menjadi kendala utama dalam upaya memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Meskipun terdapat banyak tantangan, UMKM di Kota Bandung juga memiliki berbagai peluang. Salah satu peluang terbesar adalah berkembangnya pasar digital yang semakin pesat, yang memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Rumah BUMN, melalui program pendampingan dan pelatihan, berperan penting dalam memfasilitasi pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang ini. Program pelatihan digital marketing, e-commerce, serta peningkatan kapasitas manajerial memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang lebih cepat. Rumah BUMN berperan vital dalam mendukung keberlanjutan UMKM melalui berbagai inisiatif, termasuk pelatihan

keterampilan bisnis, pembekalan teknis terkait digitalisasi, serta akses ke jaringan bisnis yang lebih luas. Program-program yang dijalankan oleh Rumah BUMN membantu UMKM dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi, serta mempersiapkan mereka untuk menghadapi era ekonomi digital. Pengelola Rumah BUMN juga aktif dalam menjembatani UMKM dengan pihak-pihak yang dapat menyediakan modal atau dukungan lain, seperti lembaga keuangan dan pihak swasta. UMKM binaan Rumah BUMN semakin menunjukkan kemajuan dalam hal inovasi, terutama dalam mengadopsi teknologi digital. Banyak pelaku UMKM yang sudah mulai mengembangkan usaha mereka melalui platform e-commerce dan media sosial.

Mereka memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jaringan pasar. Rumah BUMN memberikan pelatihan yang relevan untuk membantu pelaku UMKM menguasai teknologi tersebut dan mengoptimalkan kehadiran online mereka. Di masa depan, proyeksi ekonomi untuk UMKM di Kota Bandung menunjukkan potensi yang besar, terutama dengan semakin terbukanya akses ke pasar digital. Selain itu, adanya dukungan dari Rumah BUMN dan pemerintah daerah diharapkan dapat mempercepat transformasi UMKM menuju ekonomi berbasis teknologi. Potensi pasar domestik yang besar, serta peluang untuk ekspor produk UMKM ke pasar internasional, juga menjadi faktor pendorong pertumbuhan yang signifikan bagi UMKM di masa depan.

5 SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian mengenai proyeksi ekonomi dan masa depan UMKM di Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM binaan Rumah BUMN di Kota Bandung, dapat disarikan sebagai berikut. UMKM di Kota Bandung memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan di masa depan, terutama dengan adanya dukungan yang kuat dari Rumah BUMN. Pelatihan, pendampingan, dan pengembangan jaringan bisnis yang diberikan oleh Rumah BUMN membantu pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi usaha mereka, baik di pasar lokal maupun digital. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM juga dihadapkan pada tantangan, seperti keterbatasan akses modal, kurangnya pemahaman tentang digitalisasi, serta kesulitan dalam mengelola usaha secara efisien.

Tantangan-tantangan ini dapat menghambat perkembangan dan keberlanjutan UMKM jika tidak ditangani dengan baik. Adanya peluang besar di pasar digital dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya inovasi menjadi faktor yang mendukung masa depan UMKM. Rumah BUMN berperan penting dalam memberikan pelatihan yang relevan, seperti digital marketing dan e-commerce, yang memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Rumah BUMN memiliki peran strategis dalam memberikan dukungan kepada UMKM, baik melalui pendampingan teknis maupun pembekalan manajerial. Program-program yang ada membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan perubahan teknologi dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Secara keseluruhan, proyeksi ekonomi untuk UMKM di Kota Bandung sangat positif, dengan potensi pertumbuhan yang didorong oleh adopsi teknologi digital, kemudahan akses pasar, dan dukungan berkelanjutan dari Rumah BUMN. Jika tantangan-tantangan yang ada dapat diatasi, UMKM berpotensi menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia.

Dengan demikian, masa depan UMKM di Kota Bandung, terutama yang berada di bawah binaan Rumah BUMN, sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk memanfaatkan peluang, mengatasi tantangan, dan terus berinovasi dalam menghadapi perkembangan ekonomi yang semakin digital dan global.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Tahunan Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2022*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Bank Dunia. (2023). *Unlocking MSME Potential in Emerging Economies*. Washington, D.C.: The World Bank Group.
- Schaper, M. (2020). *Small Business and the Global Economy*. London: Routledge.

- Tambunan, T. (2022). *The Dynamics of SME Development in Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahayu, S., & Kurniawan, D. (2022). "Rumah BUMN and Digital Empowerment of MSMEs." *Journal of MSME Development*, 12(3), 45-60.
- Setiawan, H. (2023). "Collaborative Models for MSME Sustainability." *Asian Journal of Business Innovation*, 15(2), 89-102.

Pengelolaan Keuangan di Era Digitalisasi Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setiabudi Surakarta

Agung Pramayuda¹⁾, Retno Widya Ningrum²⁾, Irfan Achmad Musadat³⁾

¹²³⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: agungpramayuda@unibi.ac.id, retnowidya@unibi.ac.id; irfanacmad@unibi.ac.id

Abstrak

Pengelolaan keuangan yang baik merupakan kunci untuk mencapai stabilitas keuangan dan mewujudkan tujuan finansial, dengan mengelola keuangan secara efektif. Pengelolaan keuangan tersebut dapat disesuaikan dengan kondisi digitalisasi keuangan saat ini, digitalisasi keuangan dapat mengacu pada pemanfaatan teknologi digital dalam industri keuangan yang saat ini telah menjadi tren yang berkembang pesat di Indonesia. Digitalisasi keuangan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan akses layanan keuangan, mempermudah transaksi keuangan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi, dengan mengatasi berbagai tantangan dan risiko yang ada, digitalisasi keuangan dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Metode dalam penelitian ini menggunakan metodologi PAR (*Participatory Action Research*) memiliki tujuan untuk menghasilkan pengetahuan baru dalam rangka pemecahan masalah atau perbaikan terhadap pemecahan masalah dalam kehidupan praktis. Hasil dari kegiatan PkM ini tentang pengelolaan keuangan di era digitalisasi membuat mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi dapat mengetahui dasar-dasar dalam pengelolaan keuangan, tantangan dalam pengelolaan keuangan, peran teknologi dalam transformasi keuangan.

Kata Kunci: Pengelolaan keuangan, literasi keuangan, digitalisasi

Abstract

Good financial management is the key to achieving financial stability and realizing financial goals, by managing finances effectively. Financial management can be adapted to the current conditions of financial digitalization. Financial digitalization can refer to the use of digital technology in the financial industry which has now become a rapidly growing trend in Indonesia. Financial digitalization has great potential to increase access to financial services, simplify financial transactions, and encourage economic growth. By overcoming various existing challenges and risks, financial digitalization can be an effective tool for improving the welfare of Indonesian society. The method in this research uses PAR (Participatory Action Research) methodology with the aim of producing new knowledge in the context of solving problems or improving problem solving in practical life. The results of this PkM activity regarding financial management in the era of digitalization enable students from the Faculty of Psychology at Setia Budi University to know the basics of financial management, challenges in financial management, and the role of technology in financial transformation.

Keywords: Financial management, financial literacy, digitalization

1 PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan yang baik merupakan kunci untuk mencapai stabilitas keuangan dan mewujudkan tujuan finansial, dengan mengelola keuangan secara efektif kita dapat melakukan berbagai hal seperti: Mencapai tujuan keuangan, baik itu membeli rumah, merencanakan pensiun, atau membiayai pendidikan anak, pengelolaan keuangan yang baik akan membantu kita mencapai tujuan tersebut. Memiliki dana darurat, Dana darurat dapat membantu dalam mengatasi situasi keuangan yang tidak terduga, seperti kehilangan pekerjaan atau sakit. Mengurangi stress, ketidakpastian keuangan dapat menyebabkan stress, dengan mengelola keuangan dengan baik, Anda dapat mengurangi stres dan meningkatkan ketenangan pikiran dan yang terakhir yaitu dapat meningkatkan kualitas hidup, keuangan yang stabil memungkinkan untuk menikmati hidup dengan lebih baik dan mencapai tujuan.

Pengelolaan keuangan tersebut dapat disesuaikan dengan kondisi digitalisasi keuangan saat ini, digitalisasi keuangan dapat mengacu pada pemanfaatan teknologi digital dalam industri keuangan yang saat ini telah menjadi tren yang berkembang pesat di Indonesia, didorong oleh beberapa faktor seperti : meningkatnya penetrasi internet dan smartphone, Semakin banyak orang yang memiliki akses internet dan smartphone, sehingga membuka peluang untuk menggunakan layanan keuangan digital. Kebutuhan akan layanan keuangan yang lebih mudah dan cepat: Masyarakat menginginkan layanan keuangan yang dapat diakses dengan mudah dan cepat, tanpa harus pergi ke bank atau lembaga keuangan lainnya dan yang terakhir adalah perkembangan dari teknologi itu sendiri.

Digitalisasi keuangan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan akses layanan keuangan, mempermudah transaksi keuangan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi, dengan mengatasi berbagai tantangan dan risiko yang ada, digitalisasi keuangan dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Era digital telah merombak hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara kita mengelola keuangan. Jika dulu aktivitas finansial lebih banyak dilakukan secara manual dan terbatas pada lembaga keuangan konvensional, kini segalanya telah bertransformasi secara signifikan. Digitalisasi telah membuka pintu bagi inovasi-inovasi baru yang tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mengubah cara kita memandang dan mengelola uang.

Salah satu perubahan paling mencolok adalah pergeseran dari transaksi tunai ke transaksi digital. Uang elektronik, kartu debit, dan kartu kredit telah menjadi alat pembayaran yang umum digunakan. Selain itu, munculnya berbagai platform pembayaran digital seperti e-wallet semakin mempermudah transaksi sehari-hari. Tidak hanya itu, integrasi antara teknologi finansial (fintech) dengan berbagai aspek kehidupan, seperti e-commerce, transportasi online, dan bahkan layanan publik, semakin mengukuhkan posisi digitalisasi dalam dunia keuangan.

Dibalik segala kemudahan dan inovasi yang ditawarkan, digitalisasi juga membawa sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah keamanan data. Seringkali, data pribadi dan finansial menjadi target serangan cyber. Selain itu, literasi digital yang masih rendah di beberapa kalangan menjadi hambatan dalam memanfaatkan teknologi keuangan secara optimal, sehingga perlu literasi yang baik dalam pengelolaan keuangan di era digital saat ini.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengelolaan Keuangan pada Mahasiswa

Pengelolaan keuangan adalah kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, dan memanfaatkan sumber daya keuangan secara efektif untuk mencapai tujuan tertentu. Pada mahasiswa, pengelolaan keuangan menjadi tantangan tersendiri karena mereka cenderung baru belajar mandiri mengatur pendapatan, pengeluaran, dan tabungan. Literasi keuangan mahasiswa menjadi faktor penting dalam membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang sehat. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan memiliki hubungan erat dengan pengambilan

keputusan keuangan yang bijaksana, termasuk kemampuan mengelola anggaran harian dan mempersiapkan kebutuhan masa depan.

2.2 Era Digitalisasi dan Keuangan

Era digitalisasi membawa perubahan signifikan dalam cara individu mengelola keuangan. Penggunaan teknologi keuangan, seperti aplikasi perencanaan keuangan, mobile banking, dan dompet digital, semakin marak di kalangan mahasiswa. Menurut penelitian sebelumnya (Salim & Hamzah, 2020), teknologi keuangan membantu individu mengontrol pengeluaran, mencatat transaksi secara real-time, serta meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan anggaran. Digitalisasi juga memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan akses informasi keuangan lebih luas, seperti literasi investasi, tips menabung, hingga pengelolaan utang.

2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Beberapa faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa di era digital meliputi:

- Literasi Keuangan: Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memanfaatkan teknologi keuangan untuk mengelola uang mereka secara bijaksana (Lusardi & Mitchell, 2014).
- Pengaruh Lingkungan Sosial: Lingkungan, seperti keluarga, teman, dan komunitas kampus, dapat memengaruhi kebiasaan keuangan mahasiswa. Lingkungan yang mendukung pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu mahasiswa membangun kebiasaan yang sehat.
- Ketersediaan Teknologi Keuangan: Akses terhadap aplikasi keuangan dan platform digital mempermudah mahasiswa dalam mengatur keuangan mereka. Menurut Ramdhani (2021), mahasiswa yang menggunakan teknologi keuangan memiliki kontrol keuangan yang lebih baik dibandingkan mereka yang tidak menggunakannya.

2.4 Tantangan Pengelolaan Keuangan di Era Digitalisasi

Meskipun digitalisasi memberikan banyak kemudahan, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam pengelolaan keuangan, seperti kurangnya literasi digital dan risiko keamanan data. Selain itu, ketersediaan layanan keuangan digital juga dapat memicu pengeluaran impulsif, terutama dengan kemudahan pembayaran menggunakan dompet digital dan kartu kredit (Salim & Hamzah, 2020).

2.5 Pentingnya Pendidikan Keuangan di Kalangan Mahasiswa

Pendidikan keuangan menjadi salah satu cara untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik. Program pelatihan, seminar, atau workshop mengenai perencanaan keuangan dan penggunaan aplikasi keuangan dapat membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan ini. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik lebih cenderung membuat keputusan keuangan yang rasional dan terencana (Darmawan, 2019).

3 METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metodologi PAR (*Participatory Action Research*) memiliki tujuan untuk menghasilkan pengetahuan baru dalam rangka pemecahan masalah atau perbaikan terhadap pemecahan masalah dalam kehidupan praktis. Pengabdian masyarakat dengan pendekatan PAR (*Participatory Action Research*) berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, dalam pemberdayaan harus selalu memenuhi kebutuhan dan penyelesaian masalah yang ada di

tengah-tengah masyarakat. Metode ini sejalan dengan kondisi yang terjadi pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setiabudi Surakarta, dimana mereka belum banyak mengetahui tentang pengelolaan keuangan di era digital, sehingga membutuhkan literasi terkait dengan pengelolaan keuangan di era digital serta solusi yang dapat diberikan.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan di Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi dengan melaksanakan kegiatan literasi terkait “pengelolaan keuangan di era digitalisasi”. Kegiatan ini bertujuan untuk menjelaskan kepada audiens mengenai pentingnya pengelolaan keuangan di era digitalisasi.

Mahasiswa Fakultas Psikologi pada umumnya memang belum cukup paham mengenai pengelolaan keuangan, terlebih tidak ada mata kuliah khusus yang membahas tentang keuangan, serta memberikan edukasi terkait pemilihan aplikasi yang tepat untuk diterapkan, sehingga perlu adanya literasi untuk hal tersebut.

Kegiatan PKM ini dapat memberikan dampak yang baik bagi mahasiswa khususnya dalam pengelolaan keuangan, rendahnya literasi mahasiswa terkait pengelolaan keuangan dapat membuat keadaan ekonomi bukan menjadi membaik namun sebaliknya dapat menurunkan kondisi ekonomi apabila tidak diimbangi dengan literasi yang cukup. Munculnya aplikasi keuangan saat ini perlu diimbangi dengan pengetahuan yang cukup, hal ini juga perlu diantisipasi dan diberikan pemahaman sehingga mahasiswa dapat dengan baik dalam menggunakan aplikasi keuangan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan *finansial* yang dimiliki.

Era digital telah merevolusi pengelolaan keuangan, menawarkan kemudahan dan aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya. Namun, seiring dengan kemudahan tersebut, muncul tantangan baru seperti keamanan data. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi digital dan bagi pemerintah untuk menciptakan regulasi yang tepat

Hasil dari kegiatan PkM ini tentang pengelolaan keuangan di era digitalisasi membuat mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi dapat mengetahui dasar-dasar dalam pengelolaan keuangan, tantangan dalam pengelolaan keuangan, peran teknologi dalam transformasi keuangan, aplikasi keuangan, manfaat serta dampak dari digitalisasi, siklus kehidupan keuangan sehingga mahasiswa dapat dengan baik dalam pengelolaan keuangan di era digital.

Disisi lain mahasiswa mendapatkan pemahaman tentang literasi keuangan, sehingga kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan dapat menjadi lebih baik.

5 SIMPULAN

Era digital telah mengubah wajah pengelolaan keuangan secara fundamental. Transaksi tunai bergeser ke digital, aksesibilitas meningkat, dan berbagai inovasi seperti fintech muncul. Pengelolaan keuangan menjadi lebih mudah dan efisien berkat teknologi. Fitur-fitur seperti transfer dana instan, pembayaran online, dan pemantauan transaksi secara real-time memudahkan kita mengontrol keuangan. Selain itu Digitalisasi membuka peluang bagi masyarakat yang sebelumnya sulit mengakses layanan keuangan konvensional untuk turut serta dalam sistem keuangan formal. Namun disisi lain digitalisasi juga membawa risiko keamanan data yang semakin tinggi. Penipuan online dan kebocoran data menjadi ancaman serius. Literasi digital menjadi kunci untuk memanfaatkan potensi digitalisasi dalam pengelolaan keuangan. Masyarakat perlu memiliki pengetahuan yang cukup untuk memilih produk dan layanan keuangan yang tepat serta menghindari risiko.

Berdasarkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi masih minim pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan.

Pengelolaan keuangan bukan hanya tentang menabung dan berinvestasi, melainkan tentang mengambil kendali atas keuangan dan mengarahkannya ke arah yang diinginkan. Melalui pengelolaan yang tepat, kita dapat mencapai tujuan keuangan yang kita harapkan, meningkatkan kualitas hidup, dan mempersiapkan masa depan yang cerah. Semakin dini kita mulai mengelola keuangan dengan baik, semakin besar peluang kita untuk mencapai kesuksesan finansial.

Pengelolaan keuangan digital menawarkan banyak keuntungan dan potensi untuk masa depan. Penting untuk mengikuti perkembangan teknologi dan meningkatkan literasi keuangan untuk memanfaatkan peluang di era digital ini. Digitalisasi telah mengubah lanskap pengelolaan keuangan secara signifikan. Transaksi yang semakin cepat dan mudah, serta munculnya berbagai inovasi fintech, telah meningkatkan inklusi keuangan. Akan tetapi, risiko keamanan data dan pentingnya literasi digital menjadi isu krusial yang perlu diatasi. Pemerintah dan lembaga keuangan perlu bekerja sama untuk menciptakan ekosistem keuangan digital yang aman, transparan, dan inklusif.

Setelah kegiatan PkM ini dilaksanakan, diharapkan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi dapat memahami dan menerapkan materi yang telah disampaikan, mahasiswa dapat dengan bijak dalam memilih aplikasi keuangan dengan baik sesuai dengan kebutuhan. Untuk mewujudkan hal tersebut, perlu adanya edukasi lanjutan mengenai pengelolaan keuangan agar terwujudnya *financial freedom*.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. 2018. Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab. Bandung: Alfabeta
- Rusli, TS dkk. 2022. Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini
- Suherman, Asep., Siska, Elmira. 2021. Manajemen Keuangan. Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri.
- www.setiabudi.ac.id
- www.bi.go.id
- www.ojk.go.id
- www.sikapiuangmu.ojk.go.id

Pemanfaatan Media Digital Untuk Pemasaran

Elan Rusnendar, Irfan Achmad Musadat, Agung Pramayuda, Susan Purnama

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

Email: elanrusnendar@unibi.ac.id; irfanachamd@unibi.ac.id; agungpramayuda@unibi.ac.id;

susanpurnama@unibi.ac.id.

Abstrak

Pemanfaatan media digital untuk pemasaran menjadi strategi yang penting dalam era digital saat ini, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berusaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Digital marketing, yang meliputi penggunaan media sosial, website, dan platform e-commerce, memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk dengan biaya yang lebih rendah dan menjangkau konsumen yang lebih luas dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Meskipun demikian, banyak UMKM yang masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan media digital secara optimal, seperti keterbatasan pengetahuan digital, akses infrastruktur yang terbatas, dan minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi pemanfaatan media digital dalam pemasaran UMKM, tantangan yang dihadapi, serta solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan media digital. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku UMKM yang telah atau berencana menggunakan media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun digital marketing menawarkan berbagai manfaat, seperti peningkatan visibilitas produk dan efisiensi biaya, UMKM masih memerlukan dukungan berupa pelatihan dan peningkatan infrastruktur untuk memaksimalkan potensi media digital. Berdasarkan temuan ini, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi UMKM untuk meningkatkan pemanfaatan media digital dalam pemasaran, termasuk pelatihan digital marketing, perbaikan akses teknologi, dan penggunaan platform media sosial yang tepat.

Kata Kunci: Digital marketing, e-commerce, platform digital, strategi pemasaran, efisiensi biaya.

Abstract

The utilization of digital media for marketing has become an important strategy in today's digital era, especially for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) seeking to expand market reach and improve competitiveness. Digital marketing, which includes the use of social media, websites, and e-commerce platforms, allows MSMEs to promote products at lower costs and reach a wider consumer base compared to traditional marketing methods. However, many MSMEs still face challenges in optimizing the use of digital media, such as limited digital knowledge, restricted access to infrastructure, and a lack of understanding of effective marketing strategies. This study aims to examine the potential of utilizing digital media in MSME marketing, the challenges faced, and solutions that can be implemented to improve the effectiveness of digital media use. Using a qualitative approach, this research collects data through interviews and observations of MSME actors who have used or plan to use digital media. The findings of the study indicate that although digital marketing offers various benefits, such as increased product visibility and cost efficiency, MSMEs still require support in the form of training and infrastructure improvement to maximize the potential of digital media. Based on these findings, the study provides strategic recommendations for MSMEs to enhance the utilization of digital media in marketing, including digital marketing training, improving technology access, and using the right social media platforms.

Keywords: *Digital marketing, e-commerce, digital platforms, marketing strategy, cost efficiency.*

1 PENDAHULUAN

Pemanfaatan media digital untuk pemasaran telah menjadi salah satu strategi yang sangat penting di era digital saat ini. Perkembangan teknologi informasi yang pesat, khususnya internet, telah mengubah cara bisnis beroperasi dan memasarkan produk mereka. Salah satu kelompok yang merasakan dampak besar dari revolusi digital ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM, yang merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, berupaya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Digital marketing, yang mencakup penggunaan media sosial, website, dan platform e-commerce, menjadi solusi efektif bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Meskipun digital marketing memberikan banyak manfaat, tidak dapat dipungkiri bahwa banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam memanfaatkannya secara maksimal. Beberapa kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan tentang teknologi digital, kurangnya akses terhadap infrastruktur yang memadai, serta pemahaman yang terbatas mengenai strategi pemasaran yang efektif. Hal ini menyebabkan UMKM sering kali belum dapat memanfaatkan potensi digital marketing secara optimal, sehingga mereka kehilangan peluang untuk menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana UMKM dapat memanfaatkan media digital untuk pemasaran, tantangan yang dihadapi dalam proses pemanfaatan, serta solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan media digital dalam pemasaran produk. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi terhadap pelaku UMKM yang telah atau berencana menggunakan media digital sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi UMKM dalam meningkatkan pemanfaatan media digital dan membantu mereka untuk lebih kompetitif di pasar global yang semakin terhubung secara digital.

2 KAJIAN PUSTAKA

Pemanfaatan media digital dalam pemasaran telah menjadi topik yang banyak diteliti oleh para ahli, mengingat potensi besar yang dimiliki oleh teknologi digital dalam mengubah cara bisnis beroperasi. Digital marketing mencakup berbagai alat dan saluran, seperti media sosial, website, dan platform e-commerce, yang memberikan akses lebih luas kepada pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dengan biaya yang lebih efisien (Chaffey, 2020). Menurut Kotler dan Keller (2016), digital marketing tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen lebih efektif, tetapi juga memberikan peluang untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui interaksi langsung yang lebih personal dan terkustomisasi.

Dalam konteks UMKM, digital marketing menjadi alat yang sangat berharga untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Berdasarkan penelitian oleh Taneja dan Toombs (2020), banyak UMKM yang telah mulai memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang lebih efektif dan terjangkau. Media sosial memungkinkan UMKM untuk menciptakan merek yang lebih dikenal di pasar lokal maupun internasional tanpa perlu mengeluarkan biaya pemasaran yang besar. Selain itu, platform e-commerce juga memberikan kesempatan kepada UMKM untuk menjual produk mereka ke pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi yang telah ada (Singh & Pandey, 2019). Namun, meskipun pemanfaatan media digital memiliki banyak manfaat, tidak sedikit UMKM yang menghadapi kendala dalam menerapkan digital marketing secara optimal. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital dan cara menggunakannya untuk tujuan pemasaran. Studi oleh Ratten (2021) menunjukkan bahwa banyak pemilik UMKM yang tidak

memiliki keterampilan digital yang memadai dan merasa kesulitan dalam mengelola berbagai platform digital yang tersedia. Selain itu, kurangnya infrastruktur yang memadai, seperti koneksi internet yang cepat dan stabil, juga menjadi tantangan yang signifikan bagi UMKM di daerah terpencil atau dengan sumber daya terbatas (Tsuji et al., 2020). Selain keterbatasan pengetahuan dan infrastruktur, banyak UMKM yang juga kurang memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Sebagai contoh, penggunaan media sosial yang kurang terarah atau tidak disertai dengan analisis yang mendalam mengenai target pasar dan perilaku konsumen dapat menyebabkan inefisiensi dalam mencapai tujuan pemasaran (Fournier, 2019). Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mendapatkan pelatihan yang tepat mengenai cara menggunakan media digital secara efektif, serta memahami tren pemasaran digital yang terus berkembang. Dalam upaya untuk mengatasi tantangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai bagaimana UMKM dapat memanfaatkan media digital untuk pemasaran mereka, serta tantangan yang dihadapi dan solusi yang dapat diterapkan. Berdasarkan kajian pustaka ini, pelatihan digital marketing, perbaikan akses terhadap infrastruktur, dan pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pemasaran digital menjadi langkah-langkah penting yang perlu dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan media digital oleh UMKM.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji pemanfaatan media digital dalam pemasaran oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang terjadi di lapangan, serta tantangan dan solusi yang dihadapi oleh UMKM dalam memanfaatkan media digital. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali pengalaman dan persepsi pelaku UMKM yang telah atau berencana menggunakan media digital sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka.

Lokasi dan Partisipan Penelitian Penelitian ini dilakukan di beberapa wilayah yang memiliki konsentrasi UMKM, dengan fokus pada pelaku UMKM yang telah atau berencana menggunakan media digital untuk tujuan pemasaran. Partisipan penelitian terdiri dari pemilik atau pengelola UMKM yang aktif memanfaatkan media sosial, website, atau platform e-commerce. Jumlah partisipan dalam penelitian ini disesuaikan dengan prinsip data saturation, yaitu titik di mana informasi yang diperoleh sudah cukup untuk menggambarkan fenomena yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi. Wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh informasi lebih rinci tentang pengalaman, tantangan, dan solusi yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menggunakan media digital untuk pemasaran. Wawancara ini dilakukan secara semi-terstruktur, dengan memberikan fleksibilitas kepada partisipan untuk berbicara secara bebas mengenai topik yang relevan.

Selain wawancara, observasi juga dilakukan terhadap praktik pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk UMKM, baik melalui media sosial, website, maupun platform e-commerce. Observasi ini bertujuan untuk melihat secara langsung bagaimana UMKM menerapkan digital marketing, serta kendala yang mereka hadapi dalam praktik sehari-hari.

Analisis Data Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Analisis ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data, kemudian mengelompokkan informasi yang relevan untuk menjawab tujuan penelitian. Peneliti juga akan melakukan triangulasi data untuk memastikan validitas dan keandalan temuan penelitian.

Validitas dan Reliabilitas Untuk memastikan validitas dan reliabilitas penelitian, peneliti akan menggunakan triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai jenis UMKM, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan

wawancara dan observasi. Selain itu, untuk memastikan keandalan data, hasil wawancara akan diverifikasi kembali kepada partisipan (member checking) untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan akurat dan mewakili pengalaman mereka.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pemanfaatan media digital untuk pemasaran di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan dampak signifikan terhadap jangkauan pasar dan daya saing, meskipun banyak pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan potensi digital marketing. Sebagian besar UMKM yang terlibat dalam penelitian ini telah mulai memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, untuk mempromosikan produk mereka, serta menggunakan platform e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee untuk menjual produk ke pasar yang lebih luas. Media sosial digunakan intensif untuk membangun branding dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan, meskipun pemanfaatan website oleh UMKM masih terbatas, karena lebih memilih platform media sosial yang menawarkan kemudahan akses dan biaya lebih rendah. Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan pengetahuan tentang digital marketing dan teknologi yang relevan, di mana banyak pelaku UMKM kesulitan dalam memilih platform yang tepat, mengelola konten pemasaran, dan memahami perilaku konsumen. Terbatasnya akses terhadap infrastruktur yang memadai, terutama di daerah terpencil, juga menjadi hambatan signifikan, dengan masalah koneksi internet yang tidak stabil mengganggu kelancaran operasional kegiatan pemasaran digital. Untuk mengatasi tantangan tersebut, beberapa UMKM telah mengikuti pelatihan digital marketing yang diselenggarakan oleh pemerintah atau organisasi lain dan menggandeng pihak ketiga atau konsultan untuk membantu dalam pengelolaan media sosial dan platform e-commerce mereka, sementara beberapa juga berinvestasi dalam peningkatan akses internet dan perangkat yang lebih baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang telah memanfaatkan media digital dengan baik mengalami peningkatan dalam visibilitas produk dan jangkauan pasar, bahkan beberapa merambah pasar internasional, serta mengurangi biaya pemasaran dibandingkan dengan metode tradisional. Meskipun demikian, masih ada gap antara UMKM yang berhasil memanfaatkan digital marketing dengan mereka yang belum sepenuhnya memanfaatkannya. Berdasarkan temuan ini, beberapa rekomendasi strategis untuk meningkatkan pemanfaatan media digital oleh UMKM antara lain meliputi pelatihan intensif mengenai strategi digital marketing, peningkatan akses infrastruktur yang lebih baik, terutama di daerah terpencil, dan pemilihan platform digital yang tepat sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar.

5 SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital untuk pemasaran di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki dampak signifikan terhadap jangkauan pasar dan daya saing, meskipun banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam memaksimalkan potensi digital marketing. Sebagian besar UMKM telah memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk dan memperluas pasar, namun pemanfaatan website masih terbatas. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan tentang digital marketing, kesulitan dalam memilih platform yang tepat, dan keterbatasan infrastruktur seperti koneksi internet yang tidak stabil. Beberapa UMKM telah mengambil langkah-langkah untuk mengatasi tantangan tersebut, seperti mengikuti pelatihan dan menggandeng konsultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang berhasil memanfaatkan media digital mengalami peningkatan visibilitas produk dan jangkauan pasar, serta mengurangi biaya pemasaran. Namun, masih terdapat gap antara UMKM yang berhasil dan yang belum sepenuhnya memanfaatkan digital marketing. Oleh karena itu, rekomendasi strategis yang dapat diterapkan untuk

meningkatkan pemanfaatan media digital oleh UMKM meliputi pelatihan intensif tentang strategi digital marketing, peningkatan infrastruktur yang lebih baik, dan pemilihan platform digital yang tepat sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D. (2020). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice*. Pearson Education.
- Fournier, S. (2019). *The consumer socialization process: How social media influences buying behaviors*. *Journal of Digital Marketing*, 34(2), 111-125.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Ratten, V. (2021). *Digital transformation in SMEs: How technology is reshaping small business practices*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(5), 679-693.
- Singh, A., & Pandey, R. (2019). *E-commerce as a strategy for growing small businesses in emerging markets*. *International Journal of Business and Marketing*, 22(1), 58-72.
- Taneja, S., & Toombs, L. A. (2020). *Harnessing the power of social media in small business marketing*. *Journal of Small Business Management*, 58(3), 346-362.
- Tsuji, T., Ohara, K., & Kato, H. (2020). *Overcoming digital marketing barriers in rural areas: A case study of small businesses in Japan*. *Asian Business & Management*, 19(4), 301-318.

Belajar Investasi Saham untuk Pemula Edukasi Literasi Keuangan Bagi Siswa SMK Pasundan Majalaya

Irfan Achmad Musadat, Elan Rusnendar, Agung Pramayuda

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

Email: irfanachamd@unibi.ac.id; elanrusnendar@unibi.ac.id; agungpramayuda@unibi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan siswa melalui edukasi tentang investasi saham. Sasaran penelitian adalah siswa SMK Pasundan Majalaya, yang dinilai memiliki potensi besar untuk memahami konsep investasi sejak dini. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan edukasi partisipatif. Kegiatan edukasi mencakup pemahaman dasar tentang saham, cara kerja pasar modal, risiko, serta strategi investasi untuk pemula. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa edukasi ini mampu meningkatkan pemahaman siswa terhadap investasi saham, di mana siswa menjadi lebih sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan dan investasi sebagai langkah menuju stabilitas finansial di masa depan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya integrasi materi literasi keuangan, khususnya investasi saham, ke dalam kurikulum pembelajaran SMK. Hal ini diharapkan dapat mempersiapkan siswa dengan keterampilan yang relevan untuk menghadapi tantangan ekonomi global.

Kata Kunci: literasi keuangan, investasi saham, edukasi, siswa SMK, Pasundan Majalaya

Abstract

This study aims to enhance students' financial literacy through education on stock investment. The research targets students of SMK Pasundan Majalaya, who are considered to have significant potential to understand investment concepts from an early age. The research method employed is a descriptive qualitative method with a participatory education approach. The educational activities include basic understanding of stocks, the workings of the capital market, risks, and investment strategies for beginners. The results of the study indicate that this education significantly improves students' understanding of stock investments, making them more aware of the importance of financial management and investment as a step toward future financial stability. The implications of this study emphasize the need to integrate financial literacy materials, particularly stock investments, into the vocational high school curriculum. This is expected to prepare students with relevant skills to face global economic challenges.

Keywords: financial literacy, stock investment, education, vocational students, Pasundan Majalaya

1 PENDAHULUAN

Investasi saham merupakan salah satu instrumen keuangan yang memiliki potensi besar untuk memberikan keuntungan dalam jangka panjang. Namun, pemahaman masyarakat, khususnya di kalangan pelajar, terhadap investasi saham masih terbilang rendah. Literasi keuangan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk dalam hal investasi. Bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), pemahaman mengenai literasi keuangan, khususnya investasi saham, dapat

menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan ekonomi di masa depan. SMK Pasundan Majalaya sebagai lembaga pendidikan memiliki peran strategis dalam membekali siswa dengan pengetahuan praktis dan teoritis, termasuk pemahaman mengenai literasi keuangan. Pendidikan literasi keuangan yang mencakup investasi saham dapat membantu siswa memahami pentingnya pengelolaan keuangan secara bijak sejak dini. Dengan memberikan edukasi literasi keuangan yang relevan, siswa tidak hanya diajarkan untuk mengenali instrumen keuangan, tetapi juga memahami risiko dan peluang yang ada dalam investasi saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi efektivitas edukasi literasi keuangan dalam meningkatkan pemahaman siswa SMK Pasundan Majalaya terhadap investasi saham. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengungkap sejauh mana edukasi tersebut dapat memotivasi siswa untuk mengelola keuangan secara lebih terencana dan bertanggung jawab. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami konsep-konsep keuangan dasar dan menerapkannya dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi, tetapi juga tentang investasi dan perencanaan keuangan jangka panjang. Schleicher (2019) menyatakan bahwa pendidikan literasi keuangan di tingkat sekolah menengah memainkan peran penting dalam membentuk kebiasaan keuangan yang sehat. Pendidikan ini membantu siswa memahami hubungan antara risiko dan imbal hasil dalam investasi, termasuk investasi saham. Sedangkan teori investasi menurut Sharpe, Alexander, dan Bailey (2020) menekankan pentingnya diversifikasi portofolio untuk mengelola risiko dalam investasi. Hal ini relevan untuk siswa SMK yang baru belajar tentang saham, karena pemahaman tentang diversifikasi dapat membantu mereka memahami bagaimana mengurangi risiko investasi. Penelitian oleh Nugraha dan Putri (2022) menunjukkan bahwa edukasi literasi keuangan di kalangan siswa sekolah menengah berkontribusi positif terhadap peningkatan pemahaman tentang investasi. Penelitian ini juga menegaskan bahwa siswa yang memiliki literasi keuangan yang baik lebih cenderung memiliki sikap positif terhadap pengelolaan keuangan. Hasil studi dari Purnamasari dan Dewi (2021) mengungkapkan bahwa program edukasi literasi keuangan yang berbasis praktik, seperti simulasi investasi saham, efektif dalam meningkatkan minat siswa untuk mempelajari lebih lanjut tentang pasar modal. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa siswa yang diberikan edukasi literasi keuangan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan manfaat investasi.

Selanjutnya, penelitian oleh Ramadhani et al. (2020) menyimpulkan bahwa pengintegrasian literasi keuangan ke dalam kurikulum sekolah memberikan dampak positif terhadap kesadaran siswa akan pentingnya perencanaan keuangan. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan program literasi keuangan yang terstruktur untuk siswa SMK. Dengan merujuk pada teori dan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini berfokus pada pengembangan program edukasi literasi keuangan yang dirancang khusus untuk siswa SMK Pasundan Majalaya, dengan tujuan meningkatkan pemahaman mereka terhadap investasi saham dan pengelolaan keuangan secara umum.

2 KAJIAN PUSTAKA

Literasi keuangan, yang didefinisikan sebagai kemampuan memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif, termasuk keterampilan membuat keputusan keuangan, merencanakan keuangan, dan memahami risiko keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014), merupakan elemen penting untuk mempersiapkan individu menghadapi tantangan ekonomi modern, termasuk investasi, terutama bagi siswa SMK yang memerlukan pengetahuan dasar untuk memahami konsep keuangan dan investasi (OECD, 2016). Edukasi literasi keuangan yang

terintegrasi dengan kurikulum, seperti pengenalan investasi saham melalui simulasi pasar atau aplikasi virtual, memberikan pemahaman praktis tentang dasar-dasar pasar modal, risiko, diversifikasi, serta strategi investasi jangka panjang (Gitman & Zutter, 2015; Bodie, Kane, & Marcus, 2020), dan terbukti efektif meningkatkan pemahaman serta minat siswa terhadap investasi saham, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian terdahulu (Putra & Yulia, 2022; Dewi et al., 2021; Sari & Kurniawan, 2020).

3 METODE PENELITIAN

Metode penelitian deskriptif kualitatif untuk studi "Belajar Investasi Saham untuk Pemula Edukasi Literasi Keuangan bagi Siswa SMK Pasundan Majalaya" bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena literasi keuangan dan minat investasi saham di kalangan siswa SMK, dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data dari siswa yang dipilih melalui purposive sampling, lalu menganalisis data melalui analisis tematik dan triangulasi data, serta merancang program edukasi yang mencakup materi literasi keuangan dasar, simulasi investasi saham, dan penggunaan teknologi untuk mengajarkan cara berinvestasi, dengan harapan dapat meningkatkan pemahaman dan minat siswa terhadap pengelolaan keuangan dan investasi saham.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak program edukasi literasi keuangan dan simulasi investasi saham terhadap pemahaman dan minat siswa SMK Pasundan Majalaya dalam mengelola keuangan pribadi serta berinvestasi di pasar saham, dengan hasil yang menunjukkan bahwa sebagian besar siswa yang awalnya memiliki pemahaman terbatas mengenai keuangan pribadi dan investasi, setelah mengikuti program edukasi, mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman literasi keuangan, minat terhadap investasi saham, dan perubahan sikap terhadap pengelolaan keuangan, dimana mereka mulai menyadari pentingnya menabung, merencanakan keuangan, serta mempertimbangkan investasi sebagai pilihan jangka panjang, dan meskipun beberapa siswa masih merasa ragu untuk berinvestasi secara nyata, program ini terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan minat mereka, sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa edukasi literasi keuangan dapat meningkatkan keterampilan praktis dalam mengelola keuangan dan penggunaan aplikasi simulasi saham sebagai alat yang menarik serta mudah dipahami untuk memperkenalkan konsep dasar investasi.

5 SIMPULAN

Penelitian "Belajar Investasi Saham untuk Pemula Edukasi Literasi Keuangan bagi Siswa SMK Pasundan Majalaya" menyimpulkan bahwa program edukasi literasi keuangan dan simulasi investasi saham berhasil meningkatkan pemahaman dan minat siswa mengenai pengelolaan keuangan pribadi dan investasi saham. Sebagian besar siswa yang sebelumnya memiliki pemahaman terbatas tentang topik ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan mereka mengenai konsep dasar literasi keuangan, manajemen tabungan, dan pentingnya diversifikasi investasi. Program ini juga berhasil menarik minat siswa untuk mempertimbangkan investasi saham sebagai bagian dari perencanaan keuangan jangka panjang. Namun, beberapa siswa masih merasa ragu untuk berinvestasi secara nyata, yang menunjukkan bahwa perubahan sikap dan keyakinan terhadap investasi memerlukan waktu dan pengalaman lebih lanjut. Oleh karena itu, diperlukan program lanjutan dengan dukungan dan bimbingan berkelanjutan untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam berinvestasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa program edukasi literasi keuangan berbasis

simulasi investasi saham dapat memberikan dampak positif terhadap pemahaman keuangan siswa dan memiliki potensi untuk dijadikan model yang dapat diterapkan di sekolah-sekolah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2020). *Investments* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Dewi, D. N., Sari, R. R., & Kurniawan, E. (2021). Pengaruh edukasi literasi keuangan terhadap minat investasi saham di kalangan pelajar. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 8(2), 34-45.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Pearson.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- OECD. (2016). *PISA 2015 Results (Volume IV): Students' Financial Literacy*. OECD Publishing.
- Putra, W. M., & Yulia, R. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi saham pada pelajar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 12-24.
- Purnamasari, S., & Dewi, P. (2021). Efektivitas simulasi pasar modal dalam meningkatkan pemahaman investasi saham pada siswa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 105-118.
- Ramadhani, R., Hermawan, D., & Suryani, F. (2020). Pengaruh pengintegrasian literasi keuangan dalam kurikulum terhadap kesadaran perencanaan keuangan siswa. *Jurnal Pendidikan dan Keuangan*, 6(1), 44-58.
- Schleicher, A. (2019). *PISA 2018 Results: Volume II, Going Beyond Proficiency: What Makes the Difference?*. OECD Publishing.
- Sharpe, W. F., Alexander, G. J., & Bailey, J. V. (2020). *Investments* (10th ed.). Pearson.

Penerapan Metode K-Nearest Neighbor untuk Identifikasi Produk Nike Paling Laris Terjual

Venia Restreva Danestiara¹⁾, M. Achya Arifudin²⁾, Aura Tifa Aprilla³⁾, Dani Setiawan⁴⁾

¹⁾ Informatika, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

²⁾ Sistem Informasi, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: veniarestreva@unibi.ac.id; achyaarifudin@unibi.ac.id; auratifa14@gmail.com;
daniset240503@gmail.com

Abstrak

Industri ritel menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga kemampuan untuk memprediksi produk terlaris menjadi faktor penting dalam memaksimalkan keuntungan. Nike, sebagai salah satu produsen sepatu olahraga terkemuka, mengalami penurunan signifikan selama pandemi COVID-19 dengan pendapatan turun sebesar 38% dan kerugian mencapai \$790 juta pada tahun 2020. Oleh karena itu, prediksi akurat terhadap produk terlaris periode 2020-2021 menjadi krusial untuk memulihkan kinerja pasar global. Penelitian ini menerapkan algoritma K-Nearest Neighbors (KNN) untuk memprediksi produk Nike yang paling laris menggunakan dataset *open-source* dari Kaggle. Penelitian ini melibatkan tahapan *preprocessing* data, seperti *feature selection*, normalisasi, dan label *encoding*. Model KNN diimplementasikan dengan variasi nilai k untuk mengevaluasi pengaruhnya terhadap akurasi. Evaluasi model dilakukan menggunakan metrik akurasi, presisi, *recall*, dan F1-Score. Hasil penelitian menunjukkan akurasi model mencapai 87% dengan keseimbangan baik antara *precision* (0.89) dan *recall* (0.87). "Women's Street Footwear" teridentifikasi sebagai produk terlaris dengan 57,737 unit terjual. Model menunjukkan performa optimal dengan akurasi 75%. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pengambilan keputusan strategis untuk optimasi inventory dan strategi penjualan Nike.

Kata Kunci: K-Nearest Neighbors, Prediksi Penjualan, Nike, Produk Terlaris, Akurasi.

Abstract

The retail industry is facing increasing competition, so the ability to predict best-selling products is an important factor in maximizing profits. Nike, as one of the leading sports shoe manufacturers, experienced a significant decline during the COVID-19 pandemic with revenues falling by 38% and losses reaching \$790 million in 2020. Therefore, accurate prediction of the best-selling products for 2020-2021 is crucial to recover the global market performance. This research applies the K-Nearest Neighbors (KNN) algorithm to predict Nike's best-selling products using an open-source dataset from Kaggle. This research involves data preprocessing stages, such as feature selection, normalization, and label encoding. The KNN model was implemented with varying k values to evaluate its effect on accuracy. Model evaluation is done using accuracy, precision, recall, and F1-Score metrics. The results showed that the model accuracy reached 87% with a good balance between precision (0.89) and recall (0.87). "Women's Street Footwear" was identified as the best-selling product with 57,737 units sold. The model showed optimal performance with 75% accuracy. This research makes a significant contribution to strategic decision making for Nike's inventory optimization and sales strategy.

Keywords: K-Nearest Neighbors, Sales Prediction, Nike, Best-Selling Product, Accuracy.

1 PENDAHULUAN

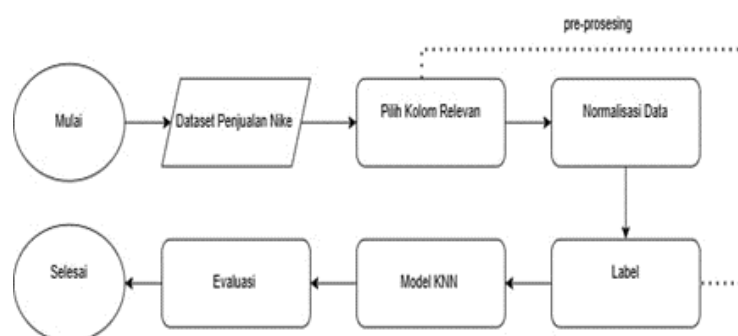
Dalam industri ritel yang semakin kompetitif, kemampuan untuk memprediksi produk yang akan laris terjual menjadi faktor kunci dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan. Salah satu produsen sepatu olahraga terkemuka di dunia ialah Nike. Nike termasuk bisnis yang mendominasi industri penjualan sepatu atletik (Okhtavia dan Setiawan). Prediksi akurat produk terlaris pada periode 2020-2021 sangat krusial untuk meningkatkan keuntungan dan efisiensi operasional. Nike mengalami penurunan yang signifikan dan menjadi krusial bagi kelangsungan bisnisnya (Zameo, 2024). Penutupan sekitar 50% dari toko fisik di wilayah seperti China, Macao, dan Hong Kong akibat pandemi COVID-19 menyebabkan kerugian besar, dengan Nike kehilangan sekitar \$790 juta dan pendapatan turun 38% pada kuartal terakhir tahun fiskal 2020 (Nike, 2021). Oleh karena itu, penting bagi Nike untuk dapat memprediksi produk yang akan memiliki permintaan tinggi guna meraih kembali kinerja yang optimal di pasar global.

Penelitian ini mengajukan implementasi algoritma K-Nearest Neighbor (KNN) untuk mengidentifikasi pola produk Nike yang paling laris terjual berdasarkan dataset dari Kaggle.com yang bersifat open source. Metode K-Nearest Neighbor (K-NN) dipilih karena kemampuannya dalam melakukan klasifikasi berdasarkan kedekatan jarak suatu data dengan data lainnya, dimana meskipun tergolong sederhana dalam implementasi, metode ini memiliki tingkat akurasi yang tinggi (Yolanda dan Fahmi, 2020). Dengan demikian, algoritma ini dapat menjadi alat yang berguna dalam pengambilan keputusan bisnis untuk meningkatkan strategi penjualan.

Salah satu penelitian terdahulu menggunakan algoritma K-Nearest Neighbor (KNN) untuk memprediksi produk terlaris dengan hasil yang signifikan, berhasil memprediksi 6 produk elektronik terlaris dari 22 produk yang terjual, yaitu CTV, Lemari Es, DVD, Speaker, Mesin Cuci, dan LCD, dengan akurasi klasifikasi mencapai 92,51% (Amalia, 2024). Penelitian terdahulu lainnya menggunakan KNN untuk memprediksi penjualan produk meubel terlaris, di mana lemari pakaian menjadi produk terlaris dengan 90 unit terjual, dan akurasi klasifikasi penjualan mencapai 87,51%. Kedua penelitian ini membuktikan kemampuan KNN dalam memberikan prediksi yang akurat untuk berbagai kategori produk (Suryadi dkk, 2022).

2 METODE PENELITIAN

Berikut beberapa tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Alur penelitian

Pada Gambar 1, menunjukkan alur penelitian yang menggunakan pendekatan sistematis dalam pengolahan data dan pemodelan KNN yang terdiri dari dua jalur utama proses. Jalur pertama berfokus pada *pre-processing* data yang dimulai dari tahap pengumpulan dataset perputaran Nike, dilanjutkan dengan seleksi kolom-kolom yang relevan, dan normalisasi data untuk memastikan konsistensi skala data. Sementara itu, jalur kedua mencakup proses seleksi dan evaluasi yang menghasilkan model KNN untuk mengklasifikasikan data menjadi label-label yang telah ditentukan.

Kedua jalur ini terintegrasi dalam satu sistem dimana hasil *pre-processing* data dari jalur pertama menjadi input untuk proses pemodelan pada jalur kedua, memastikan kualitas dan keakuratan hasil klasifikasi yang dihasilkan oleh model KNN.

2.1 Dataset

	Invoice Date	Product	Region	Retailer	Sales Method	State	Price per unit	Total sales	Units sold
0	01-01-2020	Men's Street Footwear	Northeast	Foot Locker	In-store	New York	50	6000	120
1	02-01-2020	Men's Athletic Footwear	Northeast	Foot Locker	In-store	New York	50	5000	100
2	03-01-2020	Women's Street Footwear	Northeast	Foot Locker	In-store	New York	40	4000	100
3	04-01-2020	Women's Athletic Footwear	Northeast	Foot Locker	In-store	New York	45	3825	85
4	05-01-2020	Men's Apparel	Northeast	Foot Locker	In-store	New York	60	5400	90
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
9355	06-07-2021	Women's Athletic Footwear	West	West Gear	Outlet	Idaho	38	60	16
9356	05-04-2021	Women's Street Footwear	West	West Gear	Outlet	Idaho	19	31	16
9357	05-05-2021	Women's Street Footwear	West	West Gear	Outlet	Idaho	18	33	18
9358	04-06-2021	Women's Street Footwear	West	West Gear	Outlet	Idaho	34	63	19
9359	06-07-2021	Women's Street Footwear	West	West Gear	Outlet	Idaho	34	95	28

Gambar 2. Dataset

Dataset yang ditunjukkan pada Gambar 2. diambil dari situs Kaggle, sebuah platform yang menyediakan berbagai dataset open-source yang dapat digunakan untuk analisis data. Dataset ini berisi 9.359 data mencakup informasi penjualan produk Nike di Amerika Serikat pada periode 2020-2021, termasuk data transaksi, jenis produk, harga, jumlah unit terjual, wilayah, harga per-unit dan total penjualan.

2.2 Preprocessing Data

Pre-processing data digunakan untuk mengambil informasi dari suatu data yang masih mentah. Dan menghilangkan *noise* yang terdapat dalam data mentah, sehingga dapat diproses selanjutnya (Kasanah dkk, 2019). *Pre-processing* data dalam penelitian ini meliputi pemilihan kolom relevan (*feature selection*) untuk memastikan fitur yang digunakan berkontribusi pada analisis, normalisasi data untuk menyamakan skala antar fitur menggunakan Min-Max atau Z-score Normalization, dan konversi label kategori menjadi numerik melalui Label *Encoding* agar dapat diproses oleh metode KNN. Selain itu, data yang besar dapat diperkecil dengan teknik seperti agregasi data *cube*, pemilihan atribut yang relevan, dan pengurangan dimensi untuk membuat penyimpanan dan analisis lebih efisien (Hans, 2024).

2.3 Metode K-Nearest Neighbor

K-Nearest Neighbor (KNN) adalah algoritma yang mengklasifikasikan objek baru berdasarkan mayoritas kelas dari tetangga terdekatnya. KNN termasuk algoritma supervised learning, yang mana hasil dari query instance baru, diklasifikasikan berdasarkan mayoritas dari kategori pada KNN (Dewi dkk, 2022). Tujuan dari algoritma KNN adalah untuk untuk mengklasifikasikan objek baru berdasarkan atribut dan training samples, dan hasil dari sampel uji yang baru diklasifikasikan berdasarkan sebagian besar kategori yang ada pada KNN (Liantoni, 2015). Dalam algoritma KNN, nilai *neighbor* (K) yang terbaik bergantung pada jumlah data latih. Nilai *neighbor* (K) yang terbaik tidak diukur dari besar atau kecilnya nilai *k* (Herman, 2020).

Tahapan-tahapan untuk menghitung algoritma KNN yaitu, menentukan nilai k , menghitung kuadrat jarak *euclid* (*query instance*) masing-masing objek terhadap data latih (*training*), mengurutkan objek-objek tersebut ke dalam kelompok yang mempunyai jarak *euclid* terkecil, mengumpulkan label kelas Y (Klasifikasi K-Nearest Neighbor). Berikut rumus untuk menghitung algoritma KNN dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rumus KNN

Rumus	Keterangan
$d = \sqrt{\sum_{i=1}^n (p_i - q_i)^2}$	<ul style="list-style-type: none"> ▪ p_i = nilai fitur pada data <i>training</i>. ▪ q_i = nilai fitur pada data <i>testing</i>. ▪ n = jumlah fitur (dimensi data).

2.4 Evaluasi

Tahap evaluasi model ini dilakukan untuk mengetahui kinerja suatu algoritma dalam mengetahui keakuratan dari model diperlukan perhitungan confusion matrix (Silalahi dan Simanullang, 2023).

Tabel 2. Confusion Matrix

Confusion Matrix	Nilai Aktual		
	Positif	Negatif	
Nilai Prediksi	Positif	True Positives	False Positive
	Negatif	False Negatives	True Negatives

Perhatikan Tabel 2, confusion matrix digunakan untuk membandingkan prediksi dan data aktual, serta menghitung akurasi, presisi, recall, dan F1-score (Said dkk, 2022). Rumus untuk masing-masing pengukuran ini dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Pengukuran Nilai Accuracy, Precision, Recall dan F1-Score

Pengukuran	Rumus
Accuracy	$Accuracy = \frac{TP + TN}{TP + FP + FN + TN}$
Precision	$Precision = \frac{TP}{TP + FP}$
Recall	$Recall = \frac{TP}{TP + FN}$
F1-Score	$F1 - Score = \frac{2 \times Recall \times Precision}{Recall + Precision}$

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Label Encoding

Hasil encoding 'Product', 'Region', 'Sales Method', 'State':

	Product	Region	Sales Method	State	Units Sold
0	2	1	0	29	120
1	1	1	0	29	100
2	5	1	0	29	100
3	4	1	0	29	85
4	0	1	0	29	90

Gambar 3. Hasil Encoding

Pada tahap *pre-processing* data, dilakukan *encoding* terhadap beberapa fitur kategorikal dalam dataset. Kolom *Product*, *Region*, *Sales Method*, dan *State* yang sebelumnya berupa data kategorikal diubah menjadi format numerik. Setiap kategori dalam kolom-kolom ini diberi nilai numerik untuk mempermudah pemrosesan lebih lanjut oleh model *machine learning*. Perhatikan pada Gambar 3, kolom *Product* merepresentasikan jenis produk yang telah diberi label numerik, seperti 0, 1, 2, dan seterusnya. Kolom *Region* menunjukkan wilayah penjualan, yang juga diubah menjadi angka. Kolom *Sales Method* merepresentasikan metode penjualan, dengan nilai numerik untuk kategori tertentu. Kolom *State* menunjukkan status wilayah atau area tertentu, dengan angka sebagai pengganti nama area. Kolom *Units Sold* tetap dalam format numerik asli karena sudah berbentuk kuantitatif dan merepresentasikan jumlah unit yang terjual. Proses ini memastikan bahwa data dapat diproses secara efisien oleh algoritma pembelajaran mesin yang membutuhkan input numerik, sekaligus mempertahankan informasi penting dari dataset asli.

3.2 Pengelompokkan Data

Tampilan Produk, Units Sold, dan Jumlah Produk:

	Product	Jumlah Produk	Units Sold
0	0	1560	30085
1	1	1560	42429
2	2	1560	57737
3	3	1560	42356
4	4	1560	31068
5	5	1560	38309

Gambar 4. Pengelompokkan Data

Hasil analisis penjualan produk, data dikelompokkan berdasarkan kategori produk, jumlah produk, dan *units sold* (jumlah unit yang terjual). Berdasarkan gambar di bawah, terdapat enam kategori produk yang masing-masing memiliki jumlah produk sebesar 1.560 unit. Namun, terdapat perbedaan signifikan pada total units sold untuk masing-masing kategori produk, yang menunjukkan variasi tingkat penjualan.

3.3 Clustering Produk Terlaris dan Tidak Laris

	Product	Units Sold	Klasifikasi
0	0	30085	Tidak Laris
1	1	42429	Terlaris
2	2	57737	Terlaris
3	3	42356	Terlaris
4	4	31068	Tidak Laris
5	5	38309	Tidak Laris

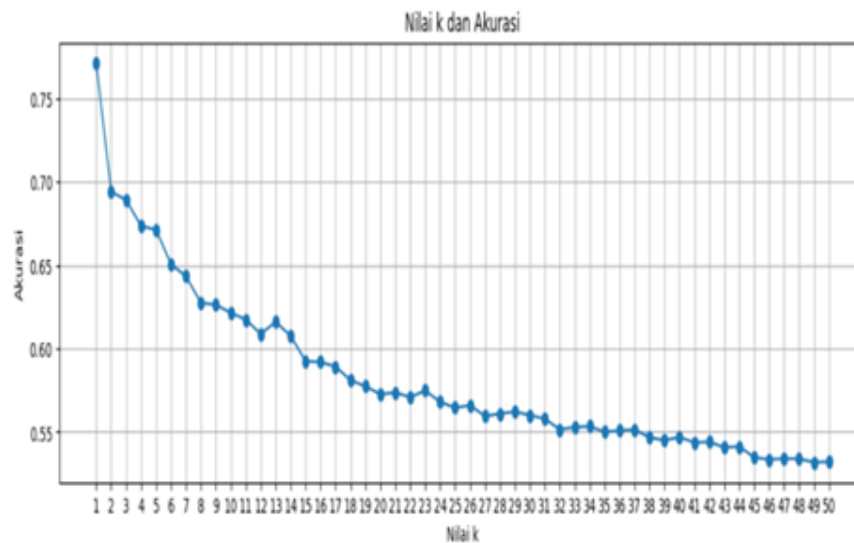
Jumlah Produk Terlaris: 3

Jumlah Produk Tidak Laris: 3

Gambar 5. Clustering Produk

Pada Gambar 5 *clustering* produk, ditampilkan hasil klasifikasi penjualan produk berdasarkan jumlah *Units Sold*. Dari klasifikasi tersebut, enam kategori produk dibandingkan untuk menentukan mana yang termasuk Terlaris dan Tidak Laris. Hasilnya menunjukkan bahwa tiga kategori produk berhasil diklasifikasikan sebagai Terlaris, sedangkan tiga lainnya termasuk dalam kategori Tidak Laris. Produk dengan jumlah *Units Sold* tertinggi mencapai 57.737 unit, sementara produk dengan penjualan terendah hanya mencapai 30.085 unit. Meskipun setiap kategori memiliki jumlah produk yang sama, yaitu 1.560 unit, terdapat perbedaan signifikan dalam performa penjualannya. Berdasarkan hasil yang ditampilkan, Produk yang Terlaris ditunjukkan oleh Produk 2 dan Units Sold 57,737 dengan nama produk yang dimaksud adalah “*Women’s Street Footwear*”.

3.4 Penerapan Model K-Nearest Neighbor



Gambar 6. Grafik Nilai K dan Akurasi

Berdasarkan hasil pengujian, grafik pada Gambar 6 menunjukkan hubungan antara nilai k (jumlah tetangga terdekat) dan akurasi model K-Nearest Neighbors (KNN) dalam klasifikasi. Gambar tersebut menunjukkan hubungan antara nilai k (jumlah tetangga terdekat) dengan akurasi model K-Nearest Neighbors (KNN) dalam memprediksi produk terbaik. Grafik memperlihatkan bahwa akurasi tertinggi tercapai pada nilai $k = 1$, dengan akurasi sekitar 75%. Hal ini menunjukkan bahwa mempertimbangkan hanya tetangga terdekat memberikan hasil yang paling akurat pada dataset ini. Namun, seiring dengan meningkatnya nilai k , akurasi model cenderung menurun. Penurunan ini disebabkan oleh pengaruh tetangga yang kurang relevan ketika jumlah tetangga yang dimasukkan dalam perhitungan semakin besar. Setelah nilai $k = 20$, akurasi cenderung stabil di kisaran 55-60%, dengan fluktuasi yang kecil meskipun nilai k terus meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa model mulai kehilangan sensitivitas terhadap data spesifik.

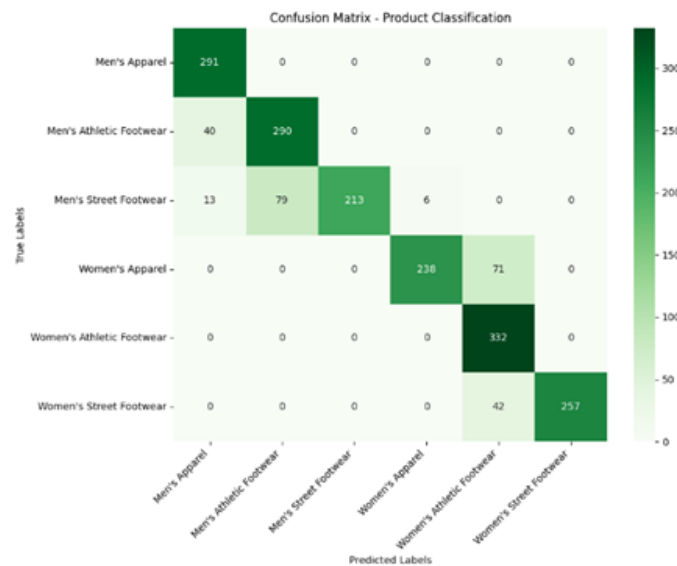
3.5 Evaluasi Model

Berdasarkan hasil pengujian model klasifikasi, diperoleh kinerja yang cukup baik dengan akurasi keseluruhan sebesar 0.87 atau 87%. Model menunjukkan keseimbangan yang baik antara precision dan recall, dengan nilai macro average precision 0.89 dan recall 0.87, menghasilkan F1-Score yang konsisten sebesar 0.87. Evaluasi kinerja model secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Evaluasi Kinerja Model

Metrik Evaluasi	Nilai
Akurasi	0.87
Precisiom	0.89
Recall	0.87
F1-Score	0.87

3.6 Confusion Matrix



Gambar 7. Confusion Matrix

Confusion matrix pada Gambar 7 menunjukkan performa model dalam mengklasifikasikan enam kategori produk: *Men's Apparel*, *Men's Athletic Footwear*, *Men's Street Footwear*, *Women's Apparel*, *Women's Athletic Footwear*, dan *Women's Street Footwear*. Model menunjukkan performa yang baik dengan nilai tinggi pada diagonal utama, menandakan jumlah prediksi yang benar di masing-masing kategori. Misalnya, kategori *Men's Apparel* memiliki 291 prediksi benar, *Men's Athletic Footwear* 290, *Men's Street Footwear* 213, *Women's Apparel* 238, *Women's Athletic Footwear* 332, dan *Women's Street Footwear* 257. Namun, terdapat beberapa kesalahan klasifikasi, seperti 40 sampel *Men's Athletic Footwear* yang salah diprediksi menjadi *Men's Street Footwear*, serta 79 sampel *Men's Street Footwear* yang salah diklasifikasikan sebagai *Men's Athletic Footwear*. Kesalahan serupa juga terjadi pada *Women's Apparel* dengan 71 sampel yang salah diprediksi sebagai *Women's Street Footwear*. Meski begitu, model secara keseluruhan menunjukkan kemampuan yang baik dalam membedakan kategori produk, meskipun terdapat peluang untuk perbaikan lebih lanjut dalam mengurangi kesalahan prediksi antar kategori tertentu.

4 SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian implementasi algoritma K-Nearest Neighbor (KNN) untuk memprediksi produk Nike terlaris, dapat disimpulkan bahwa model yang dikembangkan menunjukkan performa yang sangat memuaskan dengan akurasi keseluruhan mencapai 87%. Model ini menunjukkan keseimbangan yang baik antara *precision* (0.89) dan *recall* (0.87), dengan *F1-Score* yang konsisten sebesar 0.87, mengindikasikan stabilitas dan kehandalan model dalam melakukan prediksi. Analisis data mengungkapkan bahwa "*Women's Street Footwear*" (*Product 2*) menjadi produk terlaris dengan pencapaian penjualan sebesar 57,737 unit, memberikan insight strategis yang berharga untuk manajemen *inventory* dan strategi pemasaran ke depan. Dalam pengujian parameter, ditemukan bahwa nilai $k=1$ memberikan hasil optimal dengan akurasi mencapai 75%, menunjukkan bahwa pendekatan tetangga terdekat tunggal paling efektif untuk karakteristik dataset ini. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa algoritma KNN dapat menjadi alat yang efektif dalam memprediksi tren penjualan produk Nike, yang dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan strategis untuk mengoptimalkan *inventory* dan meningkatkan performa penjualan di masa mendatang. Rekomendasi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi algoritma lain, seperti *Random Forest* atau *Neural Networks*, guna membandingkan performa dan akurasi prediksi. Penelitian juga dapat menambahkan variabel data, seperti ulasan pelanggan atau tren media sosial,

untuk meningkatkan kualitas prediksi. Selain itu, penerapan model pada skala global perlu dilakukan untuk memahami perbedaan pola penjualan di berbagai wilayah. Optimalisasi parameter algoritma KNN dan integrasi data *real-time* juga direkomendasikan agar prediksi lebih dinamis dan relevan dengan kondisi pasar terkini.

DAFTAR PUSTAKA

- R. Okhtavia And M. B. Setiawan, “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga Nike (Studi Pada Pengguna Sepatu Olahraga Nike Di Kota Kendal)”.
- S. Zameo, “Sports Brands And Covid-19: A Nike Case Study | Textmaster,” The International Expansion Blog. Accessed: Nov. 20, 2024. [Online]. Available: <https://www.textmaster.com/blog/sports-brands-and-covid-19-a-nike-case-study/>
- “Nike, Inc. - Investor Relations - Nike, Inc. Reports Fiscal 2021 Second Quarter Results.” Accessed: Nov. 20, 2024. [Online]. Available: <https://investors.nike.com/investors/news-events-and-reports/investor-news/investor-news-details/2020/nike-inc.-reports-fiscal-2021-second-quarter-results/default.aspx>
- I. Yolanda And H. Fahmi, “Penerapan Data Mining Untuk Prediksi Penjualan Produk Roti Terlaris Pada Pt.Nippon Indosari Corpindo Tbk Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor,” J. Ilmu Komput. Dan Sist. Inf. Jikoms, Vol. 3, No. 1.1, Pp. 9–15, 2020, Doi: 10.9767/Jikoms.V3i1.1.83.
- N. 13540268 Yulia Rizki Amalia, “Penerapan Data Mining Untuk Prediksi Penjualan Produk Elektronik Terlaris Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor (Studi Kasus : Pt. Bintang Multi Sarana Palembang),” Diploma, Uin Raden Fatah Palembang, 2018. Accessed: Nov. 17, 2024. [Online]. Available: <http://perpustakaan.ac.id>
- L. Suryadi, N. Ngajiyanto, N. E. Pratiwi, F. Ardhy, And P. Riswanto, “Penerapan Data Mining Prediksi Penjualan Mebel Terlaris Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor(K-Nn) (Studi Kasus : Toko Zerita Meubel),” Jusim J. Sist. Inf. Musirawas, Vol. 7, No. 2, Pp. 174–184, Dec. 2022, Doi: 10.32767/Jusim.V7i2.1697.
- A. N. Kasanah, M. Muladi, And U. Pujiyanto, “Penerapan Teknik Smote Untuk Mengatasi Imbalance Class Dalam Klasifikasi Objektivitas Berita Online Menggunakan Algoritma Knn,” J. Resti Rekayasa Sist. Dan Teknol. Inf., Vol. 3, No. 2, Art. No. 2, Aug. 2019, Doi: 10.29207/Resti.V3i2.945.
- R. Hans, “Pentingnya Preprocessing Dalam Pengolahan Data Statistik.” Accessed: Nov. 18, 2024. [Online]. Available: <https://dqlab.id/peentingnya-preprocessing-dalam-pengolahan-data-statistik>
- S. P. Dewi, N. Nurwati, And E. Rahayu, “Penerapan Data Mining Untuk Prediksi Penjualan Produk Terlaris Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor,” Build. Inform. Technol. Sci. Bits, Vol. 3, No. 4, Art. No. 4, Mar. 2022, Doi: 10.47065/Bits.V3i4.1408.
- F. Liantoni, “Klasifikasi Daun Dengan Perbaikan Fitur Citra Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor,” Ultim. J. Tek. Inform., Vol. 7, No. 2, Pp. 98–104, 2015, Doi: 10.31937/Ti.V7i2.356.
- I. H. Herman, “Penggunaan K-Nearest Neighbor (Knn) Untuk Mengidentifikasi Citra Batik Pewarna Alami Dan Pewarna Sintetis Berdasarkan Warna,” Pros. Semin. Nas. Mhs. Bid. Ilmu Komput. Dan Apl., Vol. 1, No. 2, Art. No. 2, Nov. 2020, Accessed: Nov. 20, 2024. [Online]. Available: <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/senamika/article/view/596>
- Universitas Methodist Indonesia, A. P. Silalahi, And H. G. Simanullang, “Supervised Learning Metode K-Nearest Neighbor Untuk Prediksi Diabetes Pada Wanita,” Methomika J. Manaj. Inform. Dan Komputerisasi Akunt., Vol. 7, No. 1, Pp. 144–149, Apr. 2023, Doi: 10.46880/Jmika.Vol7no1.Pp144-149.

H. Said, N. H. Matondang, And H. N. Irmanda, “Penerapan Algoritma K-Nearest Neighbor Untuk Memprediksi Kualitas Air Yang Dapat Dikonsumsi,” *Techno.Com*, Vol. 21, No. 2, Pp. 256–267, May 2022, Doi: 10.33633/Tc.V21i2.5901.

Hubungan Antara *Self-Compassion* dengan Prokrastinasi pada Mahasiswa yang Bekerja di Kota Bandung

Amelia Nurfadhillah, Dyah Rachman Kuswartanti, Rina Ruth Polla

Fakultas Psikologi, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email: rinaruth@unibi.ac.id.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara *self-compassion* dan prokrastinasi pada mahasiswa yang bekerja sambil kuliah. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 103 orang mahasiswa, dengan karakteristik demografi yang terdiri dari 72,5% perempuan dan 27,5% laki-laki. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas sampel memiliki tingkat *self-compassion* yang rendah dan prokrastinasi yang tinggi. Uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal, sedangkan uji linearitas menunjukkan adanya hubungan linear antara kedua variabel. Uji hipotesis menggunakan analisis korelasi product moment menghasilkan koefisien korelasi -0,406 dengan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *self-compassion* dan prokrastinasi, artinya semakin tinggi tingkat *self-compassion* mahasiswa, semakin rendah tingkat prokrastinasinya. Selain itu, uji korelasi berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel lebih kuat pada mahasiswa laki-laki dibandingkan dengan perempuan. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya peningkatan *self-compassion* untuk mengurangi perilaku prokrastinasi pada mahasiswa yang bekerja sambil kuliah.

Kata Kunci: *Self-compassion*, Prokrastinasi, Mahasiswa

Abstract

This study aims to examine the relationship between self-compassion and procrastination among students who work while studying. The sample used in this study consisted of 103 students, with demographic characteristics comprising 72.5% female and 27.5% male. The results of the descriptive analysis show that the majority of the sample have low levels of self-compassion and high levels of procrastination. The normality test shows that the data is normally distributed, while the linearity test indicates a linear relationship between the two variables. The hypothesis test using product moment correlation analysis resulted in a correlation coefficient of -0.406 with a significance value of 0.000, indicating a significant negative relationship between self-compassion and procrastination, meaning that the higher the level of self-compassion among students, the lower their level of procrastination. Furthermore, the correlation test based on gender shows that the relationship between the two variables is stronger among male students compared to female students. The results of this study can provide insights into the importance of enhancing self-compassion to reduce procrastination behavior among students who work while studying.

Keywords: *Self-compassion, Procrastination, Students.*

1 PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki peran yang sangat penting dalam mencetak sumber daya manusia yang kompeten, terampil, dan siap bersaing di dunia kerja (Nulhaqim, et al., 2016). Pendidikan tinggi memberikan kesempatan bagi individu untuk memperoleh pengetahuan, memperluas wawasan, dan mengembangkan relasi sosial yang bermanfaat di masa depan (Khadijah et al., 2017). Untuk itu, penting bagi setiap mahasiswa untuk memiliki tekad yang kuat dalam menjalani proses pendidikan, guna meraih tujuan hidup yang lebih baik.

Di Indonesia, khususnya di Provinsi Jawa Barat, terdapat 557 perguruan tinggi, menjadikannya wilayah dengan jumlah perguruan tinggi terbanyak di Indonesia (BPS, 2022). Salah satu kota yang menjadi tujuan pendidikan utama adalah Kota Bandung, yang memiliki 129 perguruan tinggi (BPS Kota Bandung, 2021). Pemilihan perguruan tinggi di Bandung sering kali dipengaruhi oleh ketersediaan jurusan, kualitas kurikulum, akreditasi, serta biaya pendidikan yang terjangkau (Rizqi, 2022 dalam Quora).

Selain program reguler, lebih dari 20 perguruan tinggi di Bandung juga menyediakan program kelas karyawan untuk mahasiswa yang bekerja (Kelas karyawan, 2024). Mahasiswa yang memilih kuliah sambil bekerja umumnya melakukannya karena alasan finansial atau tuntutan dari tempat kerja yang mengharuskan mereka memiliki gelar sarjana (Sukardi, 2023; Putri, 2020). Program kelas karyawan menawarkan fleksibilitas waktu sehingga mahasiswa dapat menyeimbangkan pekerjaan dan pendidikan mereka. Namun, bagi sebagian mahasiswa, kesulitan terbesar adalah membagi waktu antara pekerjaan, kuliah, dan menyelesaikan tugas akademik. Hal ini seringkali berujung pada prokrastinasi atau penundaan dalam menyelesaikan tugas kuliah (Jawabri, 2017 dalam Rizki, 2022).

Prokrastinasi, yaitu kebiasaan menunda pekerjaan yang mendesak, sering terjadi pada mahasiswa yang memiliki banyak tanggung jawab dan tekanan waktu (Ellis dan Knaus, 2000; Lodha, et al., 2019). Penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang bekerja cenderung mengalami stres yang mengganggu performa akademiknya (Dakas, 2011). Berdasarkan wawancara dengan beberapa mahasiswa yang bekerja, ditemukan bahwa mereka sering menunda tugas kuliah hingga mendekati tenggat waktu, yang pada akhirnya mempengaruhi kualitas tugas mereka. Beberapa mahasiswa mengakui bahwa prokrastinasi ini muncul akibat kelelahan fisik dan mental dari aktivitas kerja yang padat.

Dalam menghadapi tekanan tersebut, salah satu pendekatan yang dapat membantu adalah melalui pengembangan *self-compassion* atau welas asih terhadap diri sendiri. Menurut Neff (2003), *self-compassion* adalah kemampuan untuk menerima, memahami, dan mengasihi diri sendiri dalam menghadapi kegagalan, kesulitan, dan penderitaan tanpa menghakimi diri secara berlebihan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *self-compassion* dapat mengurangi stres dan meningkatkan kesejahteraan emosional, yang dapat mengurangi perilaku prokrastinasi (Rananto & Hidayati, 2017; Neff, 2011). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali hubungan antara *self-compassion* dan prokrastinasi pada mahasiswa yang bekerja, dengan harapan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai cara mengatasi hambatan akademik yang dihadapi oleh mahasiswa yang bekerja.

2 KAJIAN PUSTAKA

Self-compassion, menurut Neff (2003), adalah kemampuan individu untuk berempati terhadap diri sendiri dalam menghadapi penderitaan, kegagalan, dan kekurangan tanpa menghakimi diri sendiri. Ada tiga aspek utama dalam *self-compassion*: *self-kindness*, *common humanity*, dan *mindfulness* yang berfungsi untuk mendukung individu dalam mengatasi emosi negatif (Neff, 2011).

Sementara itu, prokrastinasi adalah kebiasaan menunda-nunda tugas yang dapat menghambat produktivitas dan kualitas hasil kerja, yang sering kali terkait dengan faktor psikologis seperti ketakutan gagal, kebosanan, dan kurangnya motivasi (Lodha et al., 2019; Tuckman dalam Priska, 2007).

Self-compassion dapat memainkan peran penting dalam mengatasi prokrastinasi. Individu dengan tingkat *self-compassion* tinggi cenderung lebih dapat menerima kegagalan dan ketidaksempurnaan diri, yang memungkinkan mereka untuk lebih proaktif dan tidak takut untuk menghadapi tantangan atau kesulitan yang ada dalam pekerjaan mereka (Neff, 2011). Hal ini berhubungan langsung dengan penurunan kecenderungan prokrastinasi, yang lebih sering muncul karena rasa takut gagal atau tidak mampu menyelesaikan tugas dengan sempurna (Devi, 2007).

Self-compassion dapat membantu individu mengatasi prokrastinasi melalui beberapa mekanisme, seperti:

- *Self-kindness* : Saat mahasiswa menghadapi kegagalan atau tugas yang menekan, mereka yang memiliki *self-kindness* lebih cenderung untuk memberikan hiburan dan menerima bahwa kegagalan adalah bagian dari proses belajar. Hal ini dapat mengurangi rasa takut gagal yang sering menjadi penyebab prokrastinasi (Neff, 2011).
- *Common humanity*: Kesadaran bahwa kegagalan adalah hal yang umum dialami semua orang akan mengurangi perasaan terisolasi dan kecemasan berlebihan yang dapat memicu prokrastinasi. Mahasiswa yang bekerja mungkin merasa lebih mampu untuk menghadapi tantangan tanpa menunda-nunda tugas (Neff, 2023).
- *Mindfulness* : Dengan praktik *mindfulness*, individu lebih bisa fokus pada tugas saat ini dan tidak terperangkap dalam kekhawatiran atau penilaian negatif tentang diri mereka, yang sering menyebabkan mereka menunda pekerjaan (Neff, 2011).

Beberapa faktor yang mempengaruhi *self-compassion*, seperti jenis kelamin, budaya, usia, dan peran orang tua, juga dapat mempengaruhi tingkat prokrastinasi pada mahasiswa yang bekerja. Misalnya, mahasiswa perempuan, yang menurut penelitian Neff (2003) lebih cenderung mengalami kecemasan dan depresi, mungkin lebih rentan terhadap prokrastinasi karena perasaan tidak cukup baik atau takut gagal. Di sisi lain, mahasiswa yang bekerja dalam lingkungan yang lebih mendukung (baik dari segi keluarga maupun budaya kerja) mungkin akan menunjukkan tingkat *self-compassion* yang lebih tinggi dan lebih sedikit melakukan prokrastinasi.

Faktor kepribadian juga memainkan peran penting. Mahasiswa dengan kepribadian yang lebih ekstrovert atau memiliki tingkat keterbukaan tinggi mungkin lebih rentan terhadap prokrastinasi, tetapi *self-compassion* dapat membantu mereka mengelola distraksi dan impulsivitas (Lodha et al., 2019). Selain itu, pengelolaan waktu yang buruk dan kesulitan berkonsentrasi, yang merupakan faktor penting dalam prokrastinasi (Knaus, 2001), bisa dikelola lebih baik dengan *self-compassion*, karena hal ini membantu mahasiswa menerima kondisi mereka dan berusaha untuk memperbaiki tanpa menghakimi diri mereka.

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik untuk menguji hubungan antara dua variabel, yaitu *Self-compassion* sebagai variabel bebas dan Prokrastinasi sebagai variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan signifikan antara kedua variabel tersebut pada mahasiswa yang bekerja. Metode ini digunakan karena penekanan pada data numerik dan pengolahan statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Kota Bandung yang bekerja sambil kuliah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dengan kriteria mahasiswa aktif yang sedang bekerja.

Data akan dikumpulkan menggunakan kuesioner *Self-compassion Scale* dan *The General Procrastination Scale* (GPS). Kedua instrumen menggunakan skala Likert dengan 5 pilihan: Hampir Tidak Pernah (HTP), Jarang (J), Kadang-kadang (K), Sering (S), dan Hampir Selalu (HS). Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi item-total aitem dinyatakan valid jika nilai korelasi $\geq 0,000$. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen *Self-compassion* menyisakan 25 item valid, dan instrumen Prokrastinasi menyisakan 15 item valid setelah uji coba. Reliabilitas diukur dengan

Cronbach's Alpha. Instrumen *Self-compassion* menghasilkan nilai 0,798, yang masuk kategori reliabilitas tinggi. Instrumen Prokrastinasi memperoleh nilai 0,818 yang juga menunjukkan reliabilitas tinggi.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Tabel 4.1 Data Frekuensi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	N	Presentase
Perempuan	74	72,5 %
Laki-laki	28	27,5 %
Jumlah	102	100 %

Penelitian ini melibatkan 103 orang mahasiswa yang sedang bekerja. Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.1, mayoritas responden adalah perempuan, dengan jumlah 74 orang atau 72,5% dari total sampel, sedangkan laki-laki sebanyak 28 orang atau 27,5%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, sampel didominasi oleh perempuan.

Tabel 4.2 Deskripsi Statistik

Variable	N	Min	Max	Median	Mean
<i>Self-compassion</i>	102	65	109	84	84,03
Prokrastinasi	102	25	84	56	55,19

Deskripsi statistik yang disajikan dalam Tabel 4.2. memberikan gambaran mengenai variabel yang diteliti, yaitu *self-compassion* dan prokrastinasi. Nilai rata-rata untuk *self-compassion* adalah 84,03 dengan nilai terendah 65 dan tertinggi 109. Untuk prokrastinasi, nilai rata-ratanya adalah 55,19, dengan nilai terendah 25 dan tertinggi 84. Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan sampel memiliki tingkat *self-compassion* yang relatif moderat, dengan kecenderungan terhadap tingkat prokrastinasi yang lebih tinggi.

Tabel 4.3 Kategorisasi *Self-compassion*

Kategori Skor		Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 84,03$	53	52,0 %
Tinggi	$X \geq 84,03$	49	48,0 %
Total		102	100 %

Tabel 4.4 Kategorisasi Prokrastinasi

Kategori Skor		Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 55,19$	48	47,1 %
Tinggi	$X \geq 55,19$	54	52,9 %
Total		102	100 %

Selain itu, dilakukan kategorisasi untuk kedua variabel dengan membandingkan nilai masing-masing variabel terhadap rata-rata (mean) sesuai dengan pedoman kategorisasi yang disusun oleh Santoso dalam Tabel 4.3. Berdasarkan Tabel 4.3 ditemukan bahwa 52% responden termasuk dalam kategori rendah *self-compassion*, sementara 48% sisanya termasuk dalam kategori tinggi. Berdasarkan Tabel 4.4 mayoritas responden (52,9%) memiliki skor prokrastinasi yang tinggi, sedangkan 47,1% berada dalam kategori rendah.

Tabel 4.5. Hasil Uji Korelasi

	N	Koefisien Korelasi	Sig.
Self-compassion & Prokrastinasi	102	- 0.406	0.000

Berdasarkan tabel 4.5. dapat dilihat bahwa perhitungan korelasi antara variabel *self-compassion* (X) dengan prokrastinasi (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Maka berdasarkan syarat pengambilan keputusan, sig. 0,000 lebih kecil dari $p < 0.05$ yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *self-compassion* dan prokrastinasi. Perhitungan korelasi di atas memiliki nilai *correlation coefficient* sebesar -0,406 yang berarti tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara *self-compassion* dan prokrastinasi bernilai negatif, sehingga hubungan kedua variabel tidak searah. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin tinggi *self-compassion* mahasiswa yang bekerja maka akan semakin rendah perilaku prokrastinasi muncul.

Tabel 4.6 Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin

	Koefisien Korelasi	Sig.
Perempuan	- 0,340	0.003
Laki-laki	- 0,524	0,004

Peneliti juga melakukan uji korelasi berdasarkan jenis kelamin untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kekuatan hubungan antara *self-compassion* dan prokrastinasi antara laki-laki dan perempuan. Berdasarkan Tabel 4.6, untuk perempuan nilai koefisien korelasi adalah -0,340 dengan nilai signifikansi 0,003 ($p < 0,05$), yang menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara *self-compassion* dan prokrastinasi. Selain itu, laki-laki memiliki nilai koefisien korelasi adalah -0,524 dengan nilai signifikansi 0,004 ($p < 0,05$), yang menunjukkan hubungan negatif yang signifikan dengan kekuatan yang lebih kuat dibandingkan perempuan.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-compassion* dan prokrastinasi pada mahasiswa yang bekerja. Hal ini berarti bahwa mahasiswa dengan tingkat *self-compassion* yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat prokrastinasi yang lebih rendah. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *self-compassion* yang lebih tinggi cenderung lebih mampu mengelola stres dan tekanan, yang pada gilirannya mengurangi kecenderungan untuk menunda-nunda tugas.

Selain itu, analisis berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa hubungan antara *self-compassion* dan prokrastinasi lebih kuat pada laki-laki dibandingkan perempuan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perbedaan cara mengelola stres dan perbedaan dalam cara berpikir antara laki-laki dan perempuan. Namun, hasil ini memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi perbedaan tersebut.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai peran *self-compassion* dalam mengurangi prokrastinasi pada mahasiswa yang bekerja. Oleh karena itu, pengembangan program yang dapat meningkatkan *self-compassion* mahasiswa, seperti pelatihan keterampilan mental atau dukungan emosional, dapat menjadi strategi yang efektif dalam mengurangi perilaku prokrastinasi di kalangan mahasiswa yang bekerja.

5 SIMPULAN

Penelitian ini melibatkan 103 mahasiswa yang bekerja, dengan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (72,5%) dan sebagian besar bekerja dalam rentang waktu 1-2 tahun (39,2%).

Sebagian besar responden memulai pekerjaan mereka saat kuliah (79,4%). Dari hasil analisis statistik, ditemukan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *self-compassion* yang rendah (52%) dan kecenderungan prokrastinasi yang tinggi (52,9%). Meskipun demikian, terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-compassion* dan prokrastinasi, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *self-compassion* mahasiswa, semakin rendah tingkat prokrastinasi yang mereka alami. Berdasarkan uji korelasi berdasarkan jenis kelamin, ditemukan bahwa hubungan antara *self-compassion* dan prokrastinasi lebih kuat pada laki-laki (-0,524) dibandingkan dengan perempuan (-0,340). Hal ini menunjukkan bahwa faktor jenis kelamin dapat mempengaruhi kekuatan hubungan kedua variabel ini. Penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai peran *self-compassion* dalam mengurangi prokrastinasi di kalangan mahasiswa yang bekerja.

Oleh karena itu, peningkatan *self-compassion* dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam membantu mahasiswa untuk mengurangi perilaku prokrastinasi dan meningkatkan produktivitas mereka, terutama melalui program pelatihan keterampilan mental atau dukungan emosional. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti bahwa *self-compassion* memiliki peran yang signifikan dalam mengurangi prokrastinasi, dan penting untuk mengembangkan strategi yang mendukung peningkatan *self-compassion* di kalangan mahasiswa yang bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, M. H. R. (2012). *Fenomena Mahasiswa Yang Kuliah Sambil Bekerja - Statistik Dasar / PDF*. Scribd. Retrieved July 31, 2024, from <https://id.scribd.com/document/383498133/Fenomena-Mahasiswa-Yang-Kuliah-Sambil-Bekerja-statistik-DasarBudiman>, B. (2020). PERANCANGAN APLIKASI SISTEM TINDAK LANJUT PELANGGAN PADA PT. XYZ. *SisInfo–Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, 2(1), 1-7.
- Ahsani, B. (2019). *Hubungan Self-compassion Dengan Efikasi Diri pada Santri Penghafal Al-Qur'an*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel: Fakultas Psikologi.
- Aini, A. N., & Mahardayani, I. H. (2012). *Hubungan antara kontrol diri dengan prokrastinasi dalam menyelesaikan skripsi pada mahasiswa Universitas Muria Kudus*. *Jurnal Psikologi: PITUTUR*, 1(2), 65-71.
- Amanda, G. A. S., Asrori, M., & Yuline, Y. (2023). EFEKTIVITAS PELATIHAN SELF COMPASSION UNTUK MENGHILANGKAN PROKRASTINASI AKADEMIK SISWA KELAS XI SMA NEGERI 10 PONTIANAK. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 12(1), 9-16.
- Barnard, L. K., & Curry, J. F. (2011). *Self-compassion: Conceptualizations, correlates, & interventions*. *Review of general psychology*, 15(4), 289-303.
- BPS Kota Bandung. (2021). *Jumlah Akademi/ Perguruan Tinggi di Kota Bandung 2020-2021*. <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/28/410/1/jumlah-akademi-perguruan-tinggi-di>
- Brilyana, Y. A. (2023, November 28). *Hasil Survei: Kota Bandung Jadi Tujuan Pendidikan hingga Habiskan Masa Tua*. Pemkot Bandung. Retrieved July 29, 2024, from <https://www.bandung.go.id/news/read/8760/hasil-survei-kota-bandung-jadi-tujuan-pendidikan-hingga-habiskan-masa>
- Chu, A.H.C., and Choi, J.M. (2005). *Rethinking Procrastination: Positive Effects of —Active Procrastination Behavior on Attitudes and Performance*. *The Journal of Social Psychology*, 2005, 145(3), 245–264.
- Ellis, A. dan Knaus, W.J. 2000. *Overcoming Procrastination*. New York: New American Library.
- Fauziah, H. (2015). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prokrastinasi Akademik Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. *Psymphatic. Jurnal Ilmiah Psikologi*. 2015. (2): 2. 123-132.
- Ferrari, J. R., Johnson, J. L., & McCown, W. G. (1995). *Procrastination and task avoidance: Theory, research, and treatment*. Springer Science & Business Media.

- Ghufron, M. dan Risnawati, N.R. (2014). *Teori - Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Khadijah, S., Indrawati, H., & Suarman. (2017). Analisis Minat Peserta Didik untuk Melanjutkan Pendidikan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 26(2), 178-188.
- Knaus, W. (2001). *The Procrastination Workbook*. New York: Harbinger Publications, Inc.
- Lakein, A. (1997). *Give Me a Moment and I'll Change Your Life: Tools for Moment Management*. Andrews McMeel Publishing.
- UNDANG-UNDANG NOMOR 20 TAHUN 2003 TENTANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL. (2003). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA. Retrieved January 14, 2024, from <https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/7308/UU0202003.htm>
- Marcel, J. (2023, April 18). *4 Alasan Mengapa Kuliah Sambil Bekerja Menjadi Pilihan Bagi Mahasiswa*. STIE STEKOM. <https://stiestekom.ac.id/berita/4-alasan-mengapa-kuliah-sambil-bekerja-menjadi-pilihan-bagi-mahasiswa/2023-04-18>
- Mardelina, E., & Muhson, A. (2017, Oktober). Mahasiswa Bekerja dan Dampaknya Pada Aktivitas Belajar dan prestasi Akademik. *Jurnal Economia*, 13(2), 201-209.
- Muharrara, L. H. (2018). *Analisa pengaruh self-compassion dan social support terhadap resiliensi diri anggota paduan suara mahasiswa gema gita bahana UIN Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Nafeesa, N. (2018b). Faktor-faktor yang mempengaruhi prokrastinasi akademik siswa yang menjadi anggota organisasi siswa intra sekolah. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial Dan Budaya* (Journal of Social and Cultural Anthropology),4(1),53. <https://doi.org/10.24114/antro.v4i1.9884>
- Napitupulu, E. L. (2024, May 19). Turunkan Biaya Kuliah di Perguruan Tinggi Negeri. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2024/05/19/turunkan-biaya-kuliah-di-perguruan-tinggi-negeri>
- Neff, K. (2003). *Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself*. *Self and identity*, 2(2), 85-101.
- Neff, K. (2003). *The development and validation of a scale to measure self-compassion*. *Self and identity*, 2(3), 223-250.
- Neff, K. (2011). *Self-Compassion: Stop Beating Yourself Up and Leave Insecurity Behind*. Texas : Harper Collins Publishers.
- Neff, K. D. (2016). *The self-compassion scale is a valid and theoretically coherent measure of self-compassion*. *Mindfulness*, 7, 264-274.
- Nugraheni, A. S. (2014). *Pendidikan tonggak Keberhasilan Penanaman Pendidikan Karakter Pada Anak Usia MI*. Al-Bidayah: jurnal pendidikan dasar Islam, 6(1).
- Nulhaqim, S. A., Heryadi, D. H., Pancasilawan, R., & Ferdryansyah, M. (2016). *Peranan perguruan tinggi dalam meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia untuk menghadapi Asean community 2015 studi kasus: Universitas Indonesia, Universitas Padjadjaran, Institut Teknologi Bandung*. Share: Social Work Journal, 6(2), 197.
- Nur, T. (2023). *HUBUNGAN ANTARA SELF-COMPASSION DAN IKLIM KELAS DENGAN PROKRASTINASI PADA SISWA MAN 1 BANDAR LAMPUNG* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Pradiptya, S. P., Novella, A., & Nubiyan, O. P. (2020). "MAHASISWA KELAS KARYAWAN UNIVERSITAS INFORMATIKA DAN BISNIS INDONESIA": SEBUAH STUDI MENGENAI HUBUNGAN ANTARA SELF-EFFICACY DENGAN STUDENT ENGAGEMENT. *JIPSI*, 2(01), 31-38.
- Priska, D. A. (2008). *Prokrastinasi Pada Mahasiswa dalam Penyelesaian Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Rakes, GC, and Dunn, KE. (2010). *The Impact of Online Graduate Students ' Motivation and Self-Regulation on Academic Procrastination*. *Journal of Online Interactive Learning*. Vol. 9 No. 1. 77- 93

- Rizki, A. F. (2022). PENGARUH MANAJEMEN WAKTU DAN SELF-EFFICACY TERHADAP WORKSTUDY CONFLICT PADA MAHASISWA YANG BEKERJA. *Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Rizqi, F. (2022). *Apa saja alasan seseorang memilih universitas?* Quora. Retrieved Juli, 2024, from <https://qr.ae/p21MqT>
- Rizvi, A., Prawitasari, J. E., & Soetjipto, H. P. (1997). *Pusat kendali dan efikasi-diri sebagai prediktor terhadap prokrastinasi akademik mahasiswa*. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(3), 51-66.
- Rosário, P., Costa, M., Núñez, J.C., González-Pienda, J., Solano, P., Valle, A. (2009). *Academic procrastination: associations with personal, school, and family variables*. *Spain Journal of Psychology*. 2009 May;12(1):118-27
- Rumiani, R. (2006). *Prokrastinasi akademik ditinjau dari motivasi berprestasi dan stres mahasiswa*. *Jurnal Psikologi Undip*, 3(2), 128210.
- Sadya, S. (2023, April 10). *Ada 4.004 Perguruan Tinggi di Indonesia pada 2022 - DataIndonesia.id*. DataIndonesia.id. Retrieved July 10, 2024, from <https://dataIndonesia.id/pendidikan/detail/ada-4004-perguruan-tinggi-di-indonesia-pada-2022>
- SARI, LIA MAULITA (2018) *KORELASI KEAKTIFAN MENGIKUTI LAYANAN PENGUASAAN KONTEN DENGAN KEMAMPUAN MANAJEMEN WAKTU SISWA DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 PEKANBARU*. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Sobri, M. M. (2021). *Berapa banyak data seluruh mahasiswa di Indonesia yang kuliah sambil bekerja? Apakah ada datanya?*
<https://id.quora.com/Berapa-banyak-data-seluruh-mahasiswa-di-Indonesia-yang-kuliah-sambil-bekerja-Apakah-ada-datanya>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*
- Sukardi, Santoro, L. H., & Darmadi, E. A. (2023). Dampak Kuliah Sambil Bekerja Terhadap Aktifitas Belajar Mahasiswa Di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri. *Jurnal Ikrait Humaniora*, 7(1), 1-8. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikrait-humaniora/issue/archive>
- , R., Smeets, E., Neff, K. (2016). *Being Compassionate to Oneself is Associated with Emotional Resilience and Psychological Well-Being*. *Current Psychiatry*. 15(2). 19-32.
- Wulan, R. (2000). *Hubungan Antara Pengasuhan Orang Tua Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Remaja SMU*. Skripsi (tidak diterbitkan), Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Yunaini, N., & Winingsih, D. Y. (2022). Implikasi Perkembangan Kognitif dalam Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Cendekiawan*, 4(2), 78-86.
- Vahedi, S., Mostafafi, F., Mortazanajad, H. (2009). *Self-Regulation and Dimensions of Parenting Styles Predict Psychological Procrastination of Undergraduate Students*. *Iran Journal of Psychiatry*. 2009; 4:147-154.

Kemampuan Meta-Afektif Mahasiswa Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Theresia Manalu

Fakultas Psikologi, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: theresiamanalu@unibi.ac.id.

Abstrak

Meta-afektif merujuk pada rasa, kesadaran, afeksi, dan pengendalian emosi seseorang atau dalam konteks ini adalah mahasiswa selama menjalani perkuliahan. Dampak dari kemampuan ini salah satunya adalah menentukan keberhasilan akademik mahasiswa dari sisi psikologis. Penelitian ini merupakan studi kasus di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI) dengan menggunakan pendekatan deskriptif metode kuantitatif yang dikumpulkan lewat survei untuk mendapatkan hasil intepretasi data yang lebih komprehensif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa di lingkungan UNIBI memiliki kemampuan meta-afektif atau kesadaran emosi yang cukup baik terhadap akademik atau pembelajaran mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi meta-afektif sangat penting untuk membantu mahasiswa lebih efektif dalam mengelola emosi akademiknya.

Kata Kunci: Meta-afektif, Keberhasilan studi, Pembelajaran

Abstract

Meta-affective refers to an individual's feelings, awareness, affection, and emotional regulation, specifically in the context of students during their academic journey. One of the impacts of this ability is its role in determining students' academic success from a psychological perspective. This study is a case study conducted at Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI) using a descriptive quantitative approach. Data were collected through surveys to obtain a more comprehensive interpretation of the results. The findings indicate that students at UNIBI possess a relatively good level of meta-affective ability or emotional awareness regarding their academic performance and learning processes. This suggests that developing meta-affective strategies is essential to help students manage their academic emotions more effectively.

Keywords: Meta-affective, Study succesful, Learning

1 PENDAHULUAN

Selain kemampuan metakognisi dimana kemampuan ini memiliki andil yang besar pada pembelajaran di dalam kelas dan berpengaruh pada hasil belajar (Chevalier & et.al., 2017), kemampuan meta-afektif juga merupakan aspek yang sangat penting dalam pendidikan terutama dalam aktivitas pembelajaran mahasiswa. Meta-afektif merujuk pada rasa, kesadaran, afeksi, dan pengendalian emosi seseorang atau dalam konteks ini adalah mahasiswa selama menjalani perkuliahan. Dampak dari kemampuan ini salah satunya adalah menentukan keberhasilan akademik mahasiswa dari sisi psikologis. Salah satu wujud pengaplikasian kemampuan ini dalam pembelajaran adalah penilaian sikap pada tiap Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL). Dalam konteks pembelajaran

pada pendidikan tinggi, pasti terdapat banyak tantangan akademik dan sosial yang dihadapi mahasiswa yang sewaktu-waktu dapat memengaruhi stabilitas emosi yang akan berdampak pada sikap mahasiswa, sehingga kemampuan untuk mengenali, memahami, dan mengelola emosi menjadi faktor kunci dalam keberhasilan akademik.

Bentuk emosi baik positif maupun negatif memberikan dampak pada proses pembelajaran mahasiswa baik di dalam maupun di luar kelas. Antusiasme dan rasa percaya diri merupakan bentuk emosi positif. Sebaliknya, cemas dan stress merupakan wujud bentuk emosi negatif. Dua bentuk emosi ini sewaktu-waktu bisa muncul secara signifikan oleh mahasiswa dan apabila emosi negative lebih dominan maka bisa berdampak buruk terhadap pembelajaran dan keberhasilan akademik mahasiswa. Oleh karena itu, kesadaran akan emosi diri sendiri dan kemampuan untuk mengelolanya menjadi faktor yang dapat meningkatkan efektivitas belajar dan keberhasilan akademik.

Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI) sebagai institusi pendidikan tinggi memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan berbagai kompetensi mahasiswa, termasuk aspek Meta-afektif. Mahasiswa yang memiliki kemampuan Meta-afektif yang baik cenderung lebih mampu mengatasi stres seputar akademik, meningkatkan motivasi belajar, dan mengambil keputusan yang lebih baik dalam proses pembelajaran mereka. Kemampuan ini juga turut membantu dalam menghadapi berbagai tantangan seputar pembelajaran, seperti dalam konteks penyelesaian tugas atau ujian dimana tekanan dalam menyelesaikan dan menghadapi ujian menjadi faktor penting. Dengan kata lain, Meta-afektif sejatinya memiliki kontribusi pada pembangunan ketahanan mahasiswa serta mendukung perkembangan keterampilan emosional mereka.

Dalam lingkungan akademik, Interaksi dengan dosen, mahasiswa dengan mahasiswa, dan serta civitas akademik lainnya juga merupakan wujud dari keterampilan meta-afektif dimana keterampilan ini berelasi dengan bagaimana mahasiswa berinteraksi dengan lingkungan pembelajaran mereka serta juga memengaruhi bagaimana mahasiswa mengembangkan strategi untuk mengelola emosi mereka. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kemampuan meta-afektif yang baik cenderung lebih adaptif terhadap strategi belajarnya, lebih mampu dalam mengatasi kegagalan, dan kepercayaan diri serta motivasi yang lebih tinggi dalam proses penyelesaian akademik baik tugas maupun ujian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kemampuan meta-afektif mahasiswa UNIBI. Diharapkan nantinya hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan dan wawasan lebih dalam bagi pengembangan strategi pembelajaran yang lebih efektif. Dengan demikian, seluruh civitas akademik dapat lebih proaktif dalam mendukung dan menciptakan suasana akademik yang mengembangkan emosional dan pengetahuan mahasiswa secara seimbang.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsep Meta-Afektif

Meta-afektif berhubungan erat dengan kesadaran individu terhadap control emosi dalam proses pembelajaran. Dalam konteks meta-afektif, mahasiswa tidak hanya memahami emosinya sendiri tetapi juga mampu mengelola dan mengarahkannya untuk mendukung proses pembelajaran. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Efklides (2006) kemampuan meta-afektif memberikan dampak positif dan berperan penting pada peningkatan efektivitas belajar. Caranya salah satunya dengan optimalisasi strategi dalam meregulasi emosi yang diberikan pada suatu peristiwa atau situasi.

2.2 Peran Meta-Afektif dalam Pembelajaran

Kemampuan meta-afektif berperan dalam pengembangan strategi belajar mahasiswa yang lebih baik atau efektif untuk mahasiswa sehingga mahasiswa bisa lebih berhasil dalam akademiknya. Emosi yang diberikan oleh mahasiswa terhadap situasi-situasi tertentu seperti ujian ataupun tugas dapat mempengaruhi studi mereka. Seperti, apabila saat diberikan tugas oleh dosen perasaan

termotivasi atau sebaliknya stres dan tekanan yang akan dirasakan oleh mahasiswa. Hal-hal atau perasaan seperti ini tentu menjadi tantangan mahasiswa dalam mengontrol atau mengelola emosi-emosi tersebut.

2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Meta-Afektif

Beberapa faktor menjadi hal yang bisa mempengaruhi kemampuan meta-afektif mahasiswa. Dukungan dari lingkungan sekitar, pengalaman belajar, dan lingkungan sekitar menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan meta-afektif mahasiswa. Menurut Schunk (2011) faktor-faktor ini dalam berdampak dimana apabila mahasiswa mendapatkan dukungan dari sekitarnya bisa jadi dosen, teman-teman sebaya, atau keluarga dapat memberikan perasaan positif dan mereka akan lebih mampu dalam mengontrol atau mengelola emosi mereka pada saat pembelajaran.

2.4 Implikasi Meta-Afektif terhadap Kesuksesan Akademik

Beberapa menyebutkan bahwa kemampuan meta-afektif berbanding lurus dengan keberhasilan studi mahasiswa. Faktor psikologis yang dirasakan mahasiswa akan berdampak atau berpengaruh terhadap emosi atau rasa yang mereka tunjukkan atau keluarkan pada saat menghadapi situasi tertentu dalam menjalani proses pembelajaran. Contohnya, motivasi yang dimiliki mahasiswa saat pembelajaran akan mempengaruhi hasil studi mereka. Jika mahasiswa memiliki motivasi yang tinggi dalam belajar, maka kemauan untuk belajar dan memperoleh Informasi juga akan tinggi yang akan berdampak pada hasil studi. Dalam hal ini akan dibuktikan dari hasil Indeks Prestasi Kumulatif (IPK).

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kasus di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI) dengan menggunakan pendekatan deskriptif metode kuantitatif yang dikumpulkan lewat survei untuk mendapatkan hasil interpretasi data yang lebih komprehensif (Cresswell, 2012; Guetterman, 2018). Tujuan penelitian ini untuk mengungkap dan menganalisis secara rinci kemampuan meta-affective mahasiswa di UNIBI. Sebanyak 213 mahasiswa dari 7 program studi kelas reguler dan karyawan berpartisipasi dalam penelitian ini. Penelitian ini menerapkan stratified random sampling dikarenakan responden mahasiswa bukan berasal dari program studi yang sama melainkan dari 7 program studi yang berbeda di UNIBI. Rincian responden dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Demografi Mahasiswa berdasarkan Program Studi dan Jenis Kelamin

No	Program Studi	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Informatika	20	2	22
2	Sistem Informasi	8	11	19
3	Manajemen	21	36	57
4	Akuntansi	5	13	18
5	Ilmu Komunikasi	12	20	32
6	Desain Komunikasi Visual	11	10	21
7	Psikologi	10	34	44
Jumlah		87	126	
Total				213

Kemudian data kuantitatif diperoleh melalui instrumen kuesioner yang dibagikan lewat Google form kepada mahasiswa yang sudah mendapatkan pembelajaran mata kuliah Character

Building yang kemudian data kuantitatif ini kemudian dianalisis secara deskriptif lewat pengolahan kuantitatif yang dilakukan. Data yang dihimpun terdiri dari 4 bagian dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 2. Rincian Data Kuantitatif pada *Google Form*

Bagian	Deskripsi	Informasi yang dikumpulkan	Keterangan
Pertama	Demografi mahasiswa (Responden)	1. Nama Mahasiswa 2. Jenis Kelamin 3. Program Studi	-
Keempat	Asesmen kemampuan Meta-Affective mahasiswa menggunakan Meta-Affective Trait Scale (MATS)	Dimodifikasi dan diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia berdasarkan The Development of the Meta-Affective Trait by Uzuntiryaki-Kondaksi, E., & Kirbulut, Z.D. (2016). Butir pertanyaan yang diterjemahkan sudah divalidasi oleh ahli bahasa Indonesia, dalam hal ini dosen Bahasa Indonesia dan sudah diuji reliabilitasnya.	17 pertanyaan menggunakan skala Likert yang terdiri dari Tidak Pernah, Jarang, Kadang, Sering, Banyak, Selalu.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa di lingkungan UNIBI memiliki kemampuan meta-afektif atau kesadaran emosi yang cukup baik terhadap akademik atau pembelajaran mereka. Berdasarkan hasil yang diperoleh, sebanyak 53.05% mahasiswa selalu merasa bangga saat mereka mengalami kesuksesan. Hal ini jelas menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa merasa bangga saat mereka sukses atau berhasil dalam pembelajarannya atau pencapaian akademiknya. Sebaliknya, hanya sekitar 1,41 % mahasiswa yang merasakan hal sebaliknya atau tidak merasa bangga pada keberhasilan studi atau pembelajaran mereka.

Selanjutnya berhubungan dengan rasa atau emosi yang mereka berikan apabila tidak memahami materi atau topik pembelajaran tertentu. Sebanyak 39.44% mahasiswa terkadang akan merasa marah pada dirinya sendiri apabila tidak memahami materi dengan baik. Sementara itu, 27.70% sering merasa marah. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mengalami frustrasi akademik, tetapi pada tingkat yang beragam. Namun, hanya 6.10% yang tidak pernah mengalami kemarahan, yang berarti bahwa hampir semua mahasiswa mengalami tantangan emosional dalam belajar. Hasil ini berbanding lurus dengan respon atau emosi yang mereka berikan pada saat mahasiswa mampu mengerti atau memahami topik atau materi pembelajaran yang dosen berikan pada saat proses pembelajaran. Hal ini bisa berimplikasi bahwa pemahaman materi berkontribusi besar terhadap stabilitas emosional mahasiswa.

Kemudian, ditemukan bahwa mahasiswa cenderung merasa gugup saat menghadapi ujian. Dibuktikan dengan hasil 36.15% mahasiswa menyatakan hal yang sama dan 29.58% mahasiswa justru sering merasa cemas atau gugup saat ujian dan hanya 4.23% yang benar-benar menganggap ujian hal yang biasa dan tidak membuat gugup sama sekali. Hal ini berimplikasi bahwa ujian bisa menjadi sumber stres oleh mahasiswa dalam proses belajar.

Hasil lain yang terlihat dari data tabel diatas adalah ketidakmampuan mahasiswa dalam menjawab pertanyaan serta dampaknya. Berdasarkan hasil survey sebanyak 34.74% mahasiswa sering merasa kecewa sata mereka tidak berhasil dalam menjawab pertanyaan yang diberikan dosen mereka. Hal ini memicu rasa negative yang cukup besar bagi mahasiswa tersebut.

Selanjutnya, mayoritas mahasiswa menjawab bahwa mereka kadang merasa bosan dalam menjalani pembelajaran. Dibuktikan dengan 55.40% mahasiswa berargumen setuju dengan pernyataan ini dan hanya 23% mahasiswa yang menjawab jarang merasa bosan. Hal ini Ini

menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar mahasiswa mengalami kebosanan dalam pembelajaran, jumlahnya tidak terlalu dominan.

Dan terakhir ada pada perasaan mahasiswa saat mengatasi perasaan kecewa saat gagal. Dari persentase hasil yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa banyak mahasiswa yang aktif dalam mengembangkan strategi regulasi emosi mereka. Secara detail dideskripsikan bahwa sebanyak 39.91% sering mencari cara mengatasi perasaan kecewa saat gagal, dan 30.99% sering mengatasi perasaan marah saat belum berhasil belajar.

5 SIMPULAN

Dari hasil yang didapat dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UNIBI memiliki kemampuan meta-afektif yang cukup baik terhadap pembelajaran yang mereka jalani saat ini. Mereka mampu menempatkan emosi atau kesadaran mereka di posisi yang tepat pada situasi tertentu. Mereka merasakan bangga saat sukses dan senang ketika memahami materi. Perasaan ini tentu berelasi sesuai dengan yang diharapkan. Namun, mereka juga rentan jika menghadapi ujian. Mereka cenderung akan sangat cemas dan akan sangat kecewa saat mereka gagal namun mayoritas mahasiswa sudah sangat berusaha untuk mengontrol emosi mereka saat ujian ataupun saat menjalani perkuliahan. Hasil ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi meta-afektif sangat penting untuk membantu mahasiswa lebih efektif dalam mengelola emosi akademiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2012). *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta.
- Chevalier, T. M., Parrila, R., Ritchie, K. C., & Deacon, S. H. (2017). The role of metacognitive reading strategies, metacognitive study and learning strategies, and behavioral study and learning strategies in predicting academic success in students with and without a history of reading difficulties. *Journal of Learning Disabilities*, 50(1), 34–48. <https://doi.org/10.1177/0022219415588850>
- Guterman, E. (2003). Integrating written metacognitive awareness guidance as a “psychological tool” to improve student performance. *Learning and Instruction*, 13(6), 633–651. [https://doi.org/10.1016/S0959-4752\(02\)00070-1](https://doi.org/10.1016/S0959-4752(02)00070-1).
- Zimmerman, B. J., & Schunk, D. H. (2011). *Self-Regulated Learning and Performance*. In B. J. Zimmerman, & D. H. Schunk (Eds.), *Handbook of Self-Regulation of Learning and Performance* (pp. 1-12). New York: Routledge.