

Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dalam Mengelola Keuangan di Desa Gunung Sindur, Kabupaten Bogor

Ani Rakhmanita

Univesitas Bina Sarana Informatika

e-mail: anirakhmanita@upi.edu

Diterima	Direvisi	Disetujui
16-08-2021	29-08-2021	01-09-2021

Abstrak Pasca merebaknya pandemi-Covid-19, UMKM kini menjadi andalan semua pihak untuk mendukung perekonomian nasional. Namun, pelaku UMKM dalam berusaha dilakukan secara tradisional sehingga usahanya tidak berkembang pesat. Adapun salah satu masalah yang dihadapi pelakunya terutama pada pengelolaan keuangan yang belum teradministrasi dengan baik, yang mengakibatkan usahanya menghadapi banyak kendala. Masyarakat di desa Gunung Sindur mengalami kondisi yang sama. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian karakteristik pelaku UMKM di desa Gunung Sindur. Kabupaten Bogor dalam mengelola keuangan usahanya. Metode yang digunakan pada penelitian ini pada dasarnya adalah mendeskripsikan dan menganalisis sikap dan pemikiran seseorang ataupun sekelompok orang, tanpa menguji suatu hipotesis dan hanya ingin mengetahui keadaan variabel secara lepas serta tidak menghubungkan antar variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Penelitian ini menggunakan 24 responden UMKM di wilayah Gunung Sindur yang dipilih secara acak. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif sederhana untuk mengolah data dari angket yang disebarakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan pengelolaan keuangan UMKM di desa Gunung Sindur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengelolaan keuangan dari responden rendah. Hal ini tercermin berdasarkan hasil yang diperoleh: Prosentase penerapan indikator pengelolaan keuangan yang paling tinggi diterapkan adalah indikator Perencanaan keuangan (76%), Pencatatan keuangan (64%), Pengendalian (48%) dan Pelaporan keuangan (24%). Pelaku UMKM perlu meningkatkan ketrampilan pelaporan keuangannya baik secara formal maupun informal dengan melakukan kerjasama bersama pemerintah, institusi terkait dan perguruan tinggi.

Kunci : Akuntansi, Covid-19, Pengelolaan Keuangan, UMKM, Wirausaha

ABSTRACT- After the outbreak of the Covid-19 pandemic, MSMEs are now the mainstay of all parties to support the national economy. However, SMEs in trying to do it traditionally so it does not develop rapidly. As for one of the problems faced by the perpetrators, especially in financial management that has not been properly administered, which resulted in facing many obstacles. The community in Gunung Sindur village experienced the same condition. For this reason, it is necessary to research the characteristics of SME actors in Gunung Sindur village. Bogor Regency in managing finances The method used in this study is basically to describe and analyze the attitudes and thoughts of a person or group of people, without testing a hypothesis and only wanting to know the state of the variables independently and not connecting one variable to another variable. This study used 24 respondents from SME in the Gunung Sindur area who were randomly selected. This study uses simple descriptive statistics to process data from questionnaires distributed to determine the level of knowledge of MSME financial management in the village of Gunung Sindur. The results of this study indicate that the level of financial management of the respondents is low. This is based on the financial results obtained: The percentage of the most applied financial management indicators are financial planning indicators (64%), control (48%) and financial reporting (24%). SME actors need to improve their financial reporting informally by collaborating with the government, related institutions and universities. skills both formally and

Keywords: accounting, covid-19, entrepreneur, financial management, sme

PENDAHULUAN

Corona Virus Disease 2019 merupakan virus yang dapat menginfeksi saluran pernapasan pada Manusia, Adapun gejalanya dimulai dari gejala batuk pilek hingga yang berdampak serius seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Virus covid-19 ini mudah menular melalui droplet yang keluar ketika

seseorang terkonfirmasi positif (WHO, 2020). Berdasarkan data Per 30 desember 2020 pada laman www.covid19.go.id/, kasus Covid di Indonesia bertambah sebesar 1.031 kasus dan belum menunjukkan tanda-tanda penurunan atau melandai. Jawa Timur, DKI Jakarta dan Jawa Barat merupakan daerah yang penduduknya padat menjadi sentra penyebaran penderita Covid-19 terbesar di Indonesia. Untuk itu, perlu adanya kerjasama antara

pemerintah dan masyarakat dalam mengatasi pandemi ini.

Akibat pandemi Covid-19, berdampak besar pada kesehatan dan perekonomian negara. Kesemuanya, akibat kebijakan yang dilakukan pemerintah untuk mengatasi pandemi, telah merubah perilaku masyarakat dalam berkonsumsi, sehingga berdampak pada pendapatan masyarakat. Kebijakan ini, secara umum dilakukan negara lain, Indonesia yang merupakan bagian dari negara G20, mengalami kondisi yang sama, sehingga Menteri Keuangan Republik Indonesia, Ibu Sri Mulyani dalam acara Town Hall Meeting 2020 pada tanggal 19 Juni 2020, menyatakan bahwa Indonesia akan menghadapi ujian yang sangat berat pada pertumbuhan ekonomi di kuartal II, diprediksi akan mengalami minus sebesar 3,8%. Lesunya perekonomian ini akan berdampak pada kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah. Tercatat beberapa usaha mikro, kecil dan menengah mengalami penurunan pendapatan dan kebangkrutan Untuk itu, Dalam upaya mengatasi dampak dari pembatasan sosial berskala besar sebanyak 38 persen dari usaha mikro, kecil dan menengah mengantisipasinya dengan mengurangi stok barangnya. Namun, sebanyak 16 persen dari usaha mikro, kecil dan menengah akibat tokonya ditutup mengambil kebijakan dengan mengurangi jumlah karyawannya (Wachyu & Winarto, 2020)

Perilaku masyarakat yang berubah dalam berkonsumsi akibat pandemi, membuat para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah perlu mencari cara baru yang dapat membangkitkan kembali perekonomian yang lesu pasca pandemik covid ini. Salah satu cara yang dapat digunakan dalam menata kembali kehidupan demi masa depan bangsa ini adalah melalui pengelolaan keuangan untuk keberlangsungan usaha bagi para pelaku usaha mikro dan menengah. Tujuan dari pengelolaan keuangan adalah keberlangsungan usaha yang meliputi: terpenuhinya kebutuhan modal usaha, mempunyai cadangan untuk keperluan yang urgent di masa yang sulit, dan untuk kepentingan investasi (Luzuardi, 2011). Pengelolaan keuangan yang baik dapat mempercepat pemulihan usaha mikro, kecil dan menengah. Hal ini, dapat meningkatkan pendapatan pemerintah dari sektor pajak, yang dapat digunakan untuk membiayai kebutuhan infrastruktur dan pelayanan public.

Kebanyakan pelaku usaha yang kesulitan keuangan bukan karena sumber daya keuangannya kecil, tetapi disebabkan kurang tepat dalam mengelola sumber daya keuangan. Hal ini menguatkan pentingnya pengelolaan keuangan bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Pengelolaan keuangan merupakan pemahaman konsep dasar keuangan tentang sumber daya keuangan dan pengalokasian sumber daya keuangan tersebut secara efektif dan efisien untuk keamanan keuangan. Pengelolaan keuangan yang baik menjadi salah satu

aspek penting bagi pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah. Beberapa penelitian telah banyak mengkonfirmasi bahwa kemampuan perusahaan dalam mengenali dan mengakses sumber daya keuangan akan berdampak pada tingkat pertumbuhan usaha. Dalam penelitiannya (Bongomin dkk, 2017) mengungkapkan bahwa hubungan antara pengetahuan keuangan dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah di negara berkembang, seperti Uganda berpengaruh positif dan signifikan. Studi tersebut menyoroti pengelolaan keuangan diperlukan untuk pertumbuhan usaha kecil dan menengah di negara berkembang. Dalam penelitiannya juga ditemukan bahwa pemilik usaha dapat mengikuti pelatihan pengelolaan keuangan yang disediakan oleh organisasi pengembangan keterampilan kewirausahaan untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan keuangan, yang nanti nya dapat membuat keputusan dan pilihan keuangan yang bijaksana dan lebih baik. Hasil studi (Das & Dey, 2005) menjelaskan bahwa pengaruh positif dari pengelolaan keuangan menjadi suatu faktor kunci keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah dan dapat digunakan untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya.

Pasca merebaknya pandemi-Covid-19, UMKM kini menjadi andalan semua pihak untuk mendukung perekonomian nasional. Namun, pelaku UMKM dalam berusaha dilakukan secara tradisional sehingga usahanya tidak berkembang pesat. Adapun salah satu masalah yang dihadapi pelakunya terutama pada pengelolaan keuangan yang belum teradministrasi dengan baik, yang mengakibatkan usahanya menghadapi banyak kendala. Masyarakat di desa Gunung Sindur mengalami kondisi yang sama. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian karakteristik pelaku UMKM di desa Gunung Sindur. Kabupaten Bogor dalam mengelola keuangan usahanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor, dengan objek pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dan diperoleh responden sebanyak 24 pelaku usaha, yang pengambilan sampainya dilakukan dengan metode purposive sampling. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pelaku UMKM di desa Gunung Sindur dalam mengelola keuangan usahanya. Metode yang digunakan statistik deskriptif dengan memberikan gambaran dari karakteristik dari pelaku UMKM-nya. Karakteristik yang didapatkan kemudian dilakukan analisis secara kualitatif, agar dapat menambah informasi dan kebijakan yang dapat diambil untuk mengembangkan UMKM di daerah tersebut. Metode yang digunakan pada penelitian ini pada dasarnya adalah mendeskripsikan dan menganalisis sikap dan pemikiran seseorang ataupun sekelompok orang, tanpa menguji suatu hipotesis dan

hanya ingin mengetahui keadaan variabel secara lepas serta tidak menghubungkan antar variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Sehingga jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penulis melakukan penelitian dengan metode ini dikarenakan sesuai dengan sifat dalam mengelola keuangan usaha, yaitu untuk memperoleh gambaran tentang pengelolaan keuangan para informan. Metode analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menganalisa kondisi dan situasi dari berbagai data yang dikumpulkan di lapangan mengenai masalah yang akan diteliti (Winartha, 2006). Metode penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, (berlawanan dengan eksperimen). Peneliti sebagai instrument kunci dimana teknik analisis data bersifat induktif yang lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2015).

Teknik pengumpulan data disesuaikan dengan masalah dan tujuan dari penelitian ini, agar diperoleh data penelitian yang akurat dan valid. Penulis menggunakan pengumpulan data melalui wawancara, angket dan pengamatan (Sugiyono, 2017). Angket berupa *Google form* dibagikan kepada para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dari berbagai sektor usaha. Komponen dalam angket terdiri dari 12 pertanyaan. Angket yang dibagikan berisi tentang Pengelolaan keuangan para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di desa Gunung Sindur mengacu pada empat indikator, antarlain: penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian (Kuswadi, 2005). Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana informan hanya memberi tanda pada kolom jawaban yang sesuai. Kemudian, data yang terkumpul dari angket tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel yang selanjutnya akan dianalisa. Analisis data yang digunakan penulis adalah Statistika deskriptif. Statistik deskriptif bersifat sangat sederhana, dalam arti tidak menggeneralisasikan hasil penelitian, tetapi hanya menghitung persentase suatu jawaban terhadap angket penelitian (Arikunto, 2015). Adapun manfaat yang diperoleh dengan metode ini akan diperoleh informasi karakteristik kontribusi dari para pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini, dilakukan di desa Gunung Sindur Bogor dengan objek pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Dalam penelitian ini, diperoleh responden sebanyak 24 pelaku UMKM di desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor, dengan responde yang berjenis kelamin pria sebanyak 67 persen dan wanita sebanyak 33 persen. Pendidikannya terdapat sebanyak persen SLTA, persen Akademi atau sarjana, persen SLTP, persen SD, dengan memiliki usaha selama lima tahun atau kurang sebanyak 45 persen, 11-15 tahun sebanyak 28 persen, 6-10 tahun sebanyak 23

persen, 16 tahun atau lebih sebanyak 4 persen. Informasi ini dapat memberikan gambaran bahwa persentase dari jenis kelamin dan lulusan pendidikan memberikan kontribusi terhadap lamanya usaha. Hal ini, terkait dengan pria sebagai kepala rumah tangga bertanggung jawab terhadap kehidupan keluarga, sehingga mereka berupaya semaksimal mungkin untuk tetap mencari nafkah dengan melakukan usahanya, dan pendidikan akan mempengaruhi ketrampilan dan kreatifitas dari pelaku usahanya, sehingga semakin tinggi pendidikannya akan mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Untuk itu, jenis kelamin dan pendidikan yang ada sesuai dengan lamanya usaha dari pelaku UMKM.

Dalam pengukuran anggaran menggunakan 4 indikator. Adapun indikator yang digunakan berupa penggunaan anggaran, pencatatan akuntansi, pelaporan keuangan dan pengendalian (Kuswadi, 2005). Pada masing-masing indikator menggunakan sebanyak 5 pertanyaan yang dapat menggambarkan kondisi dari karakteristik pelaku UMKM. (Kuswadi, 2005).

Tabel 1. Penggunaan Anggaran

No	Indikator	%	
		Ya	Tidak
1	Saya Membuat rencana keuangan untuk setahun	80	20
2	Saya membuat rencana penjualan dalam usaha	100	0
3	Saya membuat rencana laba yang diinginkan	40	60
4	Saya membuat rencana keuangan untuk masa depan	60	40
5	Saya mempunyai cadangan kas untuk pengeluaran tidak terduga	100	0
Rata-rata		76%	

Sumber: Data diolah 2021

Pelaku UMKM yang melakukan penerapan penggunaan anggaran sudah sebanyak 76 persen. Adapun penyebabnya yang sebanyak 24 persen tidak menerapkannya karena mereka menganggap usahanya masih kecil sehingga tidak perlu membuat perencanaan pembiayaan dan target laba penjualan. Jadi, bagi mereka yang terpenting setiap harinya ada pembeli dan dananya dapat digunakan untuk memenuhi kehidupannya.

Pada penggunaan anggaran, pelaku UMKM kebanyakan melakukan perencanaan penjualan dan

cadangan kas, setelah itu mereka baru melakukan perencanaan keuangan untuk masa depan dan kemudian diikuti dengan perencana laba sesuai dengan yang diinginkan. Namun, dengan pendidikan yang dimilikinya, para pelaku usahanya memiliki keterbatasan, sehingga mereka belum dapat membuat penggaraan dengan baik, dimana kebanyakan responden hanya berpikir keuntungan untuk hari ini saja tanpa mempersiapkan keuntungan jangka panjang, sehingga menyebabkan usaha stagnan dan tidak berkembang. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan (Karadag, 2015) yang menyatakan bahwa perusahaan kecil dan menengah dihadapkan pada sejumlah tantangan masalah yang timbul dari pengelolaan keuangan yang buruk, dilaporkan sebagai penyebab utama kegagalan bisnis usaha kecil menengah. Untuk itu, pelaku usaha perlu memiliki kemampuan dalam meningkatkan ketrampilan pengelolaan keuangan, agar usahanya dapat berkembang dengan baik.

Tabel 2. Pencatatan Akuntansi

No	Indikator	%	
		Ya	Tidak
1	Saya Membuat pencatatan transaksi secara rutin	60	40
2	Saya membuat pencatatan transaksi penjualan	80	20
3	Saya membuat pencatatan transaksi pembelian	80	20
4	Saya melakukan rekapitulasi penerimaan kas	60	40
5	Saya melakukan rekapitulasi pengeluaran kas	40	60
Rata-rata		64%	

Sumber: Data diolah 2021

Pencatatan akuntansi sebanyak 64 persen sudah diterapkan pelaku UMKM, tetapi sebanyak 36 persen belum menerapkannya. Pelaku UMK yang melaksanakan pencatatan kebanyakan digunakan untuk transaksi penjualan dan pembelian, kemudian transaksi rutin dan rekapitulasi pembelian, selanjutnya baru rekapitulasi pengeluaran. Bila dilihat pelaku UMKM yang belum menerapkan pencatatan akuntansi karena mereka lebih terkonsentrasi pada produksi dan pemasaran. Hal ini, akibat adanya anggapan dari pelaku UMKM bahwa keberlangsungan usaha hanya bergantung pada produksi dan pemasaran. Kondisi ini, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Margani (2007) bahwa pencatatan akuntansi dianggap tidak penting, tetapi sebenarnya dengan menerapkan pencatatan akuntansi justru akan memudahkan pelaku UMKM untuk

mengetahui perkembangan dan kendala usaha yang dihadapinya.

Tabel 3. Pelaporan keuangan

No	Indikator	%	
		Ya	Tidak
1	Saya Membuat laporan keuangan untuk menilai kemajuan usaha	20	80
2	Saya membuat neraca	20	80
3	Saya membuat laporan arus kas	40	60
4	Saya melakukan laporan laba rugi	40	60
5	Saya membuat laporan keuangan lengkap	0	100
Rata-rata		24%	

Sumber: Data diolah 2021

Pada tabel 3 diketahui bahwa persentase penerapan pelaporan keuangan adalah sebesar 24%. Pada setiap indikator yang ada seperti membuat laporan keuangan untuk menilai kemajuan usaha, membuat laporan neraca, laporan laba rugi dan laporan arus kas terlihat sangat sedikit sekali yang membuat laporan keuangan. Banyaknya pelaku usaha tidak melakukan pelaporan keuangan karena mereka menganggap usahanya masih kecil, sehingga tidak diperlukan laporan keuangan. Namun, mereka menganggap kondisi dari usahanya dapat dilihat dari pencatatan akuntansi saja. Hasil ini, sesuai dengan penelitian yang dilakukan Jati (2004) yang menyatakan bahwa kebanyakan dari pemilik usaha mikro, kecil dan menengah hanya mencatat penerimaan dan pengeluaran dengan format yang sesuai dengan keinginan mereka saja dan untuk mempekerjakan seseorang yang ahli dalam bidang akuntansi. Namun, pencatatan keuangan sederhana tanpa membuat laporan keuangan akan menghambat pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dalam memenuhi persyaratan dalam pengajuan penambahan modal di bank, karena ketidakmampuan dalam menyediakan informasi yang diperlukan oleh bank tersebut (Cziráky dkk, 2005). Laporan keuangan diperlukan oleh pelaku usaha Mikro kecil dan menengah sebagai sebuah informasi akuntansi yang mempunyai peranan penting dalam pencapaian keberhasilan usaha. Selain itu juga, laporan keuangan dapat dijadikan dasar informasi akuntansi yang andal dalam pengambilan keputusan ekonomis seperti, pengembangan pasar, penetapan harga jual, untuk mengetahui laba atau rugi yang sesungguhnya dan pengendalian aset, kewajiban serta modal.

Tabel 4. Pengendalian

No	Indikator	%	
		Ya	Tidak
1	Saya memiliki prosedur untuk pengeluaran kas	40	60
2	Saya mengarsipkan nota dari penggunaan kas yang dikeluarkan	80	20
3	Saya mengarsipkan nota penjualan	60	40
4	Saya memisahkan antara uang pribadi dan modal usaha	20	80
5	Saya melakukan evaluasi antara rencana dan aktual	40	60
Rata-rata		48%	

Sumber: Data diolah 2021

Tabel 4. di atas menjelaskan rata-rata tingkat pengendalian keuangan responden pada kategori cukup atau sedang dengan nilai rata-rata 48%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengendalian pelaku usaha di desa gunung sindur relatif belum optimal dan harus lebih ditingkatkan lagi. Bila dilihat dari setiap indikator, maka terlihat bahwa sebanyak 40% dari responden, tidak memiliki nota dan sebanyak 40% tidak melakukan evaluasi antara rencana keuangan dengan aktual. Pengendalian banyak yang tidak dilakukan pelaku UMKM karena mereka tidak paham terhadap prosedur pengeluaran kas dan pentingnya arsip nota sebagai historis data keuangan. Menurut (Mulyadi, 2014) Fungsi pengendalian adalah sangat penting bagi perusahaan, karena dengan prosedur pengawasan yang professional akan memiliki dampak yang produktif bagi usaha. Untuk itulah perusahaan harus memiliki konsep pengendalian keuangan yang baik dengan berbagai pendekatan dan prosedur yang jelas, sehingga dapat membantu dalam menaikkan kinerja perusahaan. Pelaku UMKM di desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor sudah banyak yang menyadari pentingnya melakukan pengelolaan keuangan untuk usahanya. Namun, terdapat beberapa yang masih belum menyadari hal tersebut. Kesemuanya itu, tidak terlepas dari latar belakang pendidikan dan lamanya usaha yang dimiliki. UMKM yang menerapkan pengelolaan keuangan sebagian besar melakukannya untuk penggunaan anggaran sebanyak 76 persen, pencatatan akuntansi sebanyak 64 persen, pengendalian sebanyak 48 persen, dan pelaporan keuangan sebanyak 24 persen. Untuk itu, pada pelaku UMKM ini sebaiknya meningkatkan pendidikan secara formal dan informal. Kegiatan ini perlu dilakukan karena dengan memiliki ketrampilan pengelolaan keuangan akan membuat usahanya semakin pesat, mengingat kendala yang dihadapi semakin berkurang. Pihak pemerintah daerah dapat melakukan kerjasama dengan institusi terkait UMKM

dan perguruan tinggi untuk secara bersama-sama dapat membina dengan memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM agar dapat meningkatkan ketrampilan pengelolaan keuangan guna meningkatkan usahanya

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengelolaan keuangan untuk keberlangsungan usaha pada masa pandemic covid-18 di desa Gunung Sindur, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut: Para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah memiliki pengetahuan umum yang rendah mengenai pengelolaan keuangan. Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di desa Gunung Sindur, Kabupaten Bogor dalam pengelolaan keuangan kebanyakan dilakukan secara tradisional, sehingga usahanya tidak dapat berkembang dengan pesat. Kesemuanya, tidak terlepas dari pendidikan dan lamanya usaha yang mereka jalankan, serta pelakunya yang mayoritas pria dalam menjalankan usahanya hanya sebatas pada kewajiban untuk mencari nafkah untuk hari itu saja. Namun, terdapat beberapa pelaku yang telah menyadari betapa pentingnya melakukan pengelolaan keuangan untuk kemajuan usahanya. Adapun karakteristik dari pelaku UMKM di daerah ini yang menerapkan pengelolaan keuangan, sebagian besar diprioritaskan pada penggunaan anggaran, pencatatan akuntansi, pengendalian, dan pelaporan keuangan. Prioritas yang dilakukan menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan yang dilakukan masih diprioritaskan untuk jangka pendek dan hanya sebagian kecil yang sudah memikirkan untuk jangka menengah dan panjang. Untuk itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan ketrampilan pelaporan keuangannya baik secara formal maupun informal dengan melakukan kerjasama bersama pemerintah, institusi terkait dan perguruan tinggi. Pada peneliti selanjutnya, sebaiknya menggali informasi lain dari karakteristik pelaku UMKM, terutama terkait agar mereka dapat sadar dan memotivasi betapa pentingnya manfaat dari pelaporan keuangan dalam mengembangkan, serta metode yang tepat digunakan untuk mentransfer pengetahuan ketrampilan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan budaya setempat agar dapat mudah dipahami pelaku UMKM.

REFERENSI

- Arikunto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Cziráký, D., S. Tišma, and A. Pisarović, . (2005). Determinant of Low Approval Rate In Croatia. *Small Business Economic*, 25, 347–37.
- Das, A.K., N B Dey, . (2005). Financial Management and Analysis Practices in Small Business: An Exploratory Study in India. *Working Paper*.
- Jati, H., B. Bala, dan O. Nisnoni,. (2004). Menumbuhkan Kebiasaan Usaha Kecil

- Menyusun Laporan Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Usahawan*, II (8), 21.
- Jindrichovska, Irena. (2014). Financial management in SMEs. *European Research Studies Journal*, 16(4), 79–95. <https://doi.org/10.35808/ersj/405>
- Karadag, H. (2015). Financial Management Challenges In Small And Medium-Sized Enterprises: A Strategic Management Approach. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 5(1), 26–40. <https://doi.org/10.5195/emaj.2015.67>
- Kuswadi. (2005). *Cara Mudah Memahami Angka dan Manajemen Keuangan bagi Orang Awam*. Elex Media Komputindo.
- Luzuardi. (2011). Financial Literacy Around the World An Oveview National Bureau of Economic Research. *NBER Working Paper*, 17 (170).
- Margani, Pinasti, . (2007). Pengaruh Penyelenggaraan dan Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Persepsi Pengusaha kecil atas Informasi Akuntansi: Suatu Riset Eksperimen. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol.10,No.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya* (Edisi ke-5). UPP-STIM YKPN.
- Okello Candiya Bongomin, G., Mpeera Ntayi, J., Munene, J. C., & Akol Malinga, C. (2017). The relationship between access to finance and growth of SMEs in developing economies. *Review of International Business and Strategy*, 27(4), 520–538. <https://doi.org/10.1108/RIBS-04-2017-0037>
- Shehu, A. M., Aminu, I. M., Mat, K. N., Nasiru, A., Johnson, Popoola Oluwatoyin Tsagem, M. M., & Kura, Kabiru Maitama, . (2013). The Mediating Effect between Some Determinants of SME Performance in Nigeria. *Management*, 3(4), 237–242. <https://doi.org/10.5923/j.mm.20130304.07>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wachyu, W., & Winarto, A. (2020). *Pengaruh Knowledge Management Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Dengan Kompetensi Sebagai Variabel Moderasi*. 3(2), 141–157.
- The World Health Report 2020, (2020).
- Winartha, Made, . (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Andi Ofsset.

Pengembangan Bisnis Fashion Muslim Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)

Isnurrini Hidayat Susilowati

Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: isnurrini.ihs@bsi.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
16-08-2021	23-08-2021	02-09-2021

Abstrak - Dampak pandemi covid 19 sangat dirasakan oleh semua sektor usaha termasuk sektor fashion. Oleh karena itu dibutuhkan strategi-strategi pengembangan bisnis agar usaha sektor fashion tetap bisa bertahan. Nayla Collection adalah salah satu usaha sektor UMKM dibidang fashion muslim dikota Depok dan agar usaha bisa bertahan dan berkembang dalam masa pandemi covid 19 ini maka harus mempunyai strategi bisnis. Strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan alat bantu Business Model Canvas (BMC). Penelitian dilakukan menggunakan deskriptif kualitatif dengan data primer dan sekunder. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi untuk mengembangkan bisnis melalui *Business Model Canvas* (BMC), dianalisa menggunakan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threat) . Penelitian yang dihasilkan disertai hasil dari analisa SWOT adalah strategi perbaikan dengan penambahan mitra dengan perusahaan e-commerce, pembuatan web untuk promosi produk dan bekerjasama dengan komunitas ibu-ibu muda. Mengedukasi pelanggan dalam mengkombinasikan produk yang akan dikenakan merupakan penambahan elemen value proposition. Pemilik toko fashion muslim Nayla Collection bisa menjadikan hasil penelitian tersebut sebagai pedoman dalam mengembangkan bisnisnya.

Kata Kunci: Analisis Bisnis, Analisis SWOT, Business Model Canvas

Abstract - *The impact of the COVID-19 pandemic has been felt by all business sectors, including the fashion sector. Nowadays, business development strategies are needed; so that, the fashion sector business still can survive. Nayla Collection is one of the UMKM business sectors in the Moslem fashion sector in the city of Depok. In order to survive and thrive at these pandemic periods, it must have a great business strategy. The purpose of the research is to find out the strategy to develop the business. The strategy used is to use the Business Model Canvas (BMC) tools. The research was conducted by using qualitative research, using primary and secondary data. Moreover, the study used the Business Model Canvas (BMC), analyzed using SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat). The research produced along with the results of the SWOT analysis is an improvement strategy by adding partners with e-commerce companies, creating a web for product promotions and collaborating with the community of young mothers. Educating customers in combining products to be worn is an additional element of the value proposition. The owner of the Nayla Collection Moslem fashion store can use the results of the research as a guidance in developing their business.*

Keywords : Business Analysis, Business Model Canvas, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Tahun 2020 telah terjadi goncangan ekonomi yang sangat luar biasa dengan munculnya pandemi covid 19. Karena hampir seluruh dunia mengalami serangan virus tersebut maka diputuskan oleh badan kesehatan dunia (WHO) menjadi pandemic global. Hal ini menyebabkan terjadi penurunan pergerakan di semua sektor di Indonesia terutama sektor ekonomi termasuk dalam kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). (Aryansyah, Mirani, & Martina, 2020)

Menurut (Bank Indonesia, 2021) sektor UMKM di Indonesia mencapai 99,99% dari populasi

perusahaan di Indonesia yaitu sebesar 62,9 juta unit sedangkan sisa nya adalah perusahaan besar dengan tenaga kerja sebesar 116,63 juta tenaga kerja disektor ini. Sumbangan sektor UMKM terhadap PDB konstan adalah sebesar 55,6 % dan 37,06% disumbang oleh perusahaan besar. Tahun 2019 peran sektor UMKM pada industry halal terdapat 1.107.955 perusahaan bergerak disektor fashion dimana 70% merupakan UMKM dan 30% adalah produsen pakaian muslim. Dengan melihat tingginya peranan sektor UMKM terhadap perekonomian secara keseluruhan terutama dalam sektor fashion perlu dilakukan strategi pengembangan bisnis, terutama dalam menghadapi pandemic covid 19 dimana

sampai dengan tahun 2021 kasus covid 19 tetap tinggi bahkan meningkat dipertengahan tahun 2021.

Dampak pandemi covid 19 sangat dirasakan oleh semua sektor usaha termasuk sektor *fashion*. Oleh karena itu dibutuhkan strategi-strategi pengembangan bisnis agar usaha sektor *fashion* tetap bisa bertahan. Strategi dilakukan baik secara *offline* maupun *online*. Secara *offline* dibutuhkan kemampuan seperti penjualan dengan bazar secara periode. Sedangkan secara *online* bisa menggunakan media *online* untuk meningkatkan penjualan produk dan agar konsumen terdorong lebih sering berbelanja. (Candraningrat, Yurisma, & Mujanah, 2021)

Pada penelitian terdahulu tentang penerapan Business Model Canvas pada E-Commerce Toko H5 Jayapura untuk menghasilkan e-commerce sehingga model bisnis yang ada diubah menjadi model bisnis berbasis e-commerce. Diharapkan dengan model bisnis yang baru akan meningkatkan penjualan dan membantu pelanggan melakukan pembelian secara online melalui e-commerce. (Annas, Jufri, & Jasmawati, 2021)

Nayla Collection adalah salah satu usaha sektor UMKM dibidang fashion muslim yang melakukan penjualan produk-produk baju muslim wanita di kota Depok. Dengan terjadinya pandemic covid 19 dari awal tahun 2020 dan penerapan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) pada tahun 2021 menyebabkan omzet penjualan menjadi tidak berkembang. Transaksi mengalami kenaikan hanya pada bulan Mei disebabkan adanya perayaan Idul Fitri dan untuk bulan Juni mengalami penurunan drastis seperti terlihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Omzet Penjualan Baju Muslim Nayla Collection Tahun 2021 (Rp)

Bulan	Omzet Penjualan
Januari	15,869,000
Pebruari	34,764,000
Maret	31,400,000
April	17,900,000
Mei	43,900,000
Juni	10,256,000

Sumber : Nayla Collection (2021)

Omzet penjualan Nalya Collection tidak stabil pada saat memasuki tahun 2021. Bulan Februari sempat mengalami kenaikan lebih dari 119% , tetapi dibulan berikutnya turun dan bulan April mengalami penurunan sebesar 43%. Dan di bulan Juni mengalami penurunan drastis sebesar 77%.

Dengan kondisi seperti itu, agar bisnis tetap bisa bertahan dan berkembang dibutuhkan strategi bisnis yang tepat. Agar Nayla Collection bisa bertahan dan berkembang dalam menjual produk busana muslim dalam masa pandemi ini maka harus mempunyai strategi bisnis. Menurut Chesbrought dalam (Ermaya & Darna, 2019) dalam penelitiannya

tentang strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk) bahwa yang menjadi latar belakang penelitian ini adalah bahwa terdapat ancaman dari kompetitor dalam penjualan barang yaitu dengan harga lebih murah. Oleh karena itu penelitian tersebut menyatakan bahwa pengkajian dan perumusan model bisnis yang tepat merupakan dasar dari strategi usaha yang dijalankan perusahaan sehingga strategi usaha tersebut bisa berjalan dengan maksimal. Pada penelitian sebelumnya tentang *Business Model Canvas* sebagai alat bantu dalam menentukan strategi bisnis pada toko retail pakaian, menyatakan bahwa pendapatan bulanan jarang mencapai target kecuali pada bulan tertentu seperti bulan Ramadhan. Oleh karena itu diperlukan strategi bisnis untuk meningkatkan penjualan toko agar melebihi target. (Sukarno & Ahsan, 2021) Pada penelitian sebelumnya tersebut perbaikan BMC diambil dari analisa SWOT dari sisi faktor internal dan eksternalnya.

Alat bantu yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan strategi bisnis adalah menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), fokus dalam menentukan strategi bisnis dari elemen-elemennya. Dalam penelitian ini perbaikan strategi bisnis BMC menggunakan strategi dari analisa SWOT nya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi untuk mengembangkan bisnis melalui *Business Model Canvas* (BMC)

1. Business Model Canvas (BMC)

Perusahaan dalam melakukan interaksi dengan pemasok, modal kerja dan pelanggan dapat dilakukan dengan konsep model bisnis, dimana penciptaan nilai dalam organisasi dapat diperoleh dengan penggambaran dasar pemikiran hal tersebut. (Wardhanie & Kumalawati, 2018) Dalam menciptakan nilai dan manfaat dari pelanggan dibuat kerangka bisnis model terdiri dari sembilan kotak yang saling berhubungan.

Customer segments merupakan sekelompok masyarakat yang memakai produk dan mempunyai kontribusi dalam memberikan penghasilan untuk perusahaan dimana pelanggan di bagi-bagi berdasarkan umur, perilaku, penghasilan, profesi dan geografi. *Value propositions* adalah keunikan suatu produk sehingga produk dipilih oleh pelanggan. *Channel* dalam menyampaikan *value proposition* menggunakan cara berkomunikasi dengan pelanggan. *Customer relationship* merupakan pembinaan hubungan dengan pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. *Revenue stream* menjelaskan bagaimana perusahaan memperoleh penghasilan dari setiap *customer segments*.

Sementara itu, *key resurces* merupakan asset-asset terpenting dalam menentukan keberhasilan operasional model bisnis. Kegiatan utama yang menunjang keberhasilan suatu model bisnis dalam

mengirimkan value proposition nya ke pelanggan dinamakan *key activities*. *Key partnership* adalah kesepakatan kerjasama bisnis antara dua atau lebih perusahaan dalam menyelesaikan proyek tertentu untuk penghematan biaya dan mengurangi risiko. Sedangkan *cost structure* menggambarkan semua biaya yang muncul karena operasional model bisnis dalam mewujudkan value proposition melalui *channel, key resources, key activities* yang tepat. (Wardhanie & Kumalawati, 2018)

2. Analisa Strength, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)

Analisa *Strength, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT) merupakan evaluasi pada semua kekuatan dan kelemahan dari faktor internal usaha dan evaluasi dari peluang dan ancaman yang merupakan faktor eksternal usaha. Analisa ini berkaitan erat dengan BMC. (Kotler & Keller, 2016)

Strategi *Strength Opportunity* menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan, Jika perusahaan memiliki banyak kelemahan, perusahaan harus mengatasi kelemahan agar kuat. Sedangkan jika menghadapi banyak ancaman maka perusahaan harus berusaha menghindarinya dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada. Strategi *weakness opportunity* untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Strategi *strength Threat* untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal perusahaan sedangkan *weakness threats* merupakan cara bertahan dengan mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. (Umar, 2019)

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada toko busana muslim Nayla Collection yang berlokasi di daerah strategis di kota Depok. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan objek alamiah dalam instrument kunci, pengambilan sumber data dilakukan dengan purposive dan bersifat kualitatif. Proses dalam penelitian diutamakan daripada hasil dan hasil penelitian disetujui oleh peneliti dan subjek penelitian. Data yang dikumpulkan menggunakan Teknik wawancara atau pengamatan terkait dengan masalah yang diteliti. (Sugiyono, 2014) Data primer diambil dari hasil wawancara dengan pemilik dan pembeli toko baju muslim Nayla Collection. Pembeli yang dijadikan responden sebanyak 35 responden dipilih secara *purposive*. Data-data yang terkumpul diamati, dianalisis dan dihubungkan dengan teori yang menjadi landasannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Business Model Canvas (BMC)

Identifikasi BMC pada toko fashion muslim Nayla Collection adalah sebagai berikut :

- a. *Key Partnership*. Usaha Nayla Collection tidak dapat berjalan bila tidak bermitra dengan pihak ketiga. Pihak-pihak yang bisa diajak kerjasama dengan Nayla Collection adalah supplier yang melakukan usaha perdagangan di Tanah Abang, dan supplier tersebut memproduksi sendiri baju. Untuk pengiriman penjualan produk melalui online, terdapat pihak jasa pengiriman barang dan perusahaan penyedia transportasi online.
- b. *Key Activities*. Kegiatan wajib yang dilakukan perusahaan agar model bisnis nya bisa bekerja, menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, yang dilakukan oleh nayla collection adalah membeli produk baju muslim yang menarik dan up to date dari supplier, didisplay di toko dan promosi melalui media sosial.
- c. *Key Resources*. Hal-hal penting yang harus dimiliki perusahaan agar *key activities* bisa dilakukan. Berdasarkan wawancara dan observasi, sumber daya fisik yang dimiliki nayla collection adalah ruko tempat menjual produk dan alat-alat display baju muslim serta ruangan ganti baju. Sedangkan sumber daya non fisik (intelektual), usaha penjualan fashion muslim ini belum mematenkan merk nayla collection, namun sudah memiliki database pelanggan meskipun masih tercatat secara konvensional. Tentang sumber daya manusia, nayla collection memiliki 2 karyawan untuk membantu kegiatan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara, nayla collection memiliki sumber modal yang berasal dari modal sendiri. Untuk pengelolaan keuangan, dimana mengatur arus masuk dan keluar kas diatur oleh pemilik nayla collection dan pencatatannya masih menggunakan cara manual.
- d. *Value Proposition*. Menurut Osterwalder dan Pigneur dalam value proposition adalah nilai yang diciptakan dari produk dan layanan untuk segmen pelanggan (Ermaya & Darna, 2019). Nayla Collection adalah usaha penjualan baju muslim dengan model kekinian, modern dan up to date dengan harga terjangkau. Pembeli yang datang langsung ke toko dilayani dengan ramah oleh karyawan yang berjumlah 2 orang. Pembeli juga tidak harus datang ke toko offline tetapi bisa menggunakan fasilitas online. Lokasi toko offline mudah dijangkau karena berada di pinggir jalan dan pelanggan yang tidak datang ke toko offline bisa memilih produk dengan

- menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook dan whatsapp.
- e. *Customer Relationship*. Hubungan dengan pelanggan yang dibangun Nayla Collection adalah dengan memberikan diskon pada weekend dengan mengadakan bazar produk tertentu dengan potongan harga. Nayla Collection juga selalu memberikan info-info produk baru dan diskon melalui media sosial seperti *Instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Untuk *offline* juga terdapat *personal assistant* yang melayani pembelian langsung di toko.
 - f. *Channel*. Nayla Collection menggunakan dua saluran, dimana menggunakan media sosial dalam menginformasikan value proposition kepada pelanggan (*instagram*, *facebook* dan *whatsapp*) dan testimoni dari pelanggan tentang produk baju muslim. Sedangkan saluran langsung diberikan kepada pembeli yang datang ke toko.
 - g. *Customer Segmen*. Target market dari penjualan produk baju muslim Nayla Collection adalah Wanita kalangan menengah keatas, remaja Wanita dan ibu-ibu muda yang trendy.
 - h. *Cost Structure*. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menghasilkan value proposition. Biaya yang dikeluarkan oleh Nayla Collection adalah biaya pembelian produk baju muslim, biaya karyawan, listrik dan air serta biaya pemasaran.
 - i. *Revenue Stream*. Pendapatan utama dari Nayla Collection adalah penjualan dari produk baju muslim dan hasil pembelian produk masih dilakukan dengan cash.

<p>Key Partners</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Suplier Baju Muslim • Toko Perlengkapan Display • Jasa Pengiriman Barang 	<p>Key Activities</p>  <p>Memilih dan membeli produk baju muslim yang menarik dan up to date daru supplier untuk dijual kembali. Didisplay ditoko dan promosi melalui media sosial.</p>	<p>Value Proposition</p>  <p>Nayla Collection adalah usaha penjualan baju muslim dengan model kekinian, modern dan up to date dengan harga terjangkau. Pembeli yang datang langsung ke toko dilayani dengan ramah oleh karyawan yang berjumlah 2 orang. Pembeli juga tidak harus datang ke toko offline tetapi bisa menggunakan fasilitas online. Lokasi toko offline mudah dijangkau karena berada di pinggir jalan dan pelanggan yang tidak datang ke toko offline bisa memilih produk dengan menggunakan media sosial</p>	<p>Customer Relationships</p> 	<p>Customer Segments</p>  <p>Wanita muslim kalangan menengah keatas, remaja Wanita dan ibu-ibu muda yang menyukai model-model baju muslim terbaru yang sedang trendy dan praktis.</p>
<p>Cost Structure</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Pembelian produk baju muslim , <i>maintenance</i> , pembayaran gaji karyawan, tagihan listrik, telepon dan internet 	<p>Key Resources</p>  <ul style="list-style-type: none"> • <i>tangible</i>: ruko, database pelanggan, • <i>intangibile</i>: pengetahuan tentang model baju muslim modern 		<p>Channels</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Awareness: menginformasikan kepada pelanggan mengenai value proposition melalui social media seperti whatsapp dan facebook pribadi (awareness), • Direct: menawarkan langsung kepada pelanggan (direct) 	
		<p>Revenue Streams</p>  <ul style="list-style-type: none"> • Transaksi penjualan produk baju muslim 		

Sumber : Data diolah (2021)

Gambar 1 : BMC Nayla Collection Yang Sedang Berjalan

2. Analisa SWOT

Setelah melakukan identifikasi dengan menggunakan BMC pada sembilan elemen yang dimiliki oleh Nayla Collection, yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan identifikasi berdasarkan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dialami perusahaan. Analisa SWOT pada toko baju muslim Nayla Collection dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2. Analisa SWOT Toko Fashion Muslim Nayla Collection

Kekuatan (*Strength*) Kelemahan (*Weakness*)

- | | |
|--|---|
| - Lokasi strategis | - Belum memiliki situs web |
| - Pembelian bisa dilakukan secara online | - Belum menggunakan e-commerce |
| - Harga bersaing | - Database pelanggan belum dikelola dengan baik |
| - Desain produk yang selalu up to date | |
| - Tempat milik sendiri | |

Peluang (*Opportunities*)

Ancaman (*treath*)

- Lokasi berdekatan dengan pemukiman penduduk dan perumahan	- Munculnya bisnis sejenis dan dengan system yang sejenis
- Meningkatnya kesadaran akan model baju muslim yang fashionable	- Munculnya pesaing dengan inovasi baru
	- Pandemi Covid 19 yang belum berakhir
	- Perubahan selera masyarakat

Sumber : Data diolah (2021)

Dari tabel 2 bisa dijelaskan bahwa terdapat kekuatan dari Toko Nayla Collection yaitu tempat yang strategis. Toko terletak dipinggir jalan yang ramai dilalui baik angkutan umum maupun pribadi. Pembelian produk tidak harus datang ke lokasi atau toko tetapi bisa melalui online seperti whatsapp, Instagram dan Facebook. Harga yang ditetapkan bersaing dan terjangkau untuk kalangan menengah keatas. Toko Nayla Collection selalu memantau produk busana muslim yang diminati masyarakat pada saat ini dengan memahami perilaku dan selera pelanggannya. Lokasi toko Nalya collection merupakan tempat milik sendiri sehingga perusahaan mempunyai kekuatan dalam menghadapi permasalahan penurunan penjualan dalam satu tahun terakhir dikarenakan pandemic covid 19 dikarenakan tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pembayaran sewa toko yang cukup tinggi.

Kelemahan dari toko Nayla Collection adalah belum memiliki web, sehingga target pemasarannya belum bisa menjangkau yang lebih luas.. Kelemahan selanjutnya adalah belum bekerjasama dengan *e-commerce* seperti Lazada, Sopheer dan Toko Pedia dalam melakukan penjualan peroduknya. Media pemasaran online hanya menggunakan *whatsapp*, *Instagram* dan *facebook*. Toko Nalya Collection belum memiliki database pelanggan yang baik, sehingga belum bisa membuat program yang bertujuan membangun hubungan pelanggan.

Kedua kekuatan dan kelemahan toko fashion muslim Nayla Collection tersebut merupakan faktor internal, sedangkan faktor eksternal dari bisnis ini dilihat dari peluang dan ancaman dari luar perusahaan.

Peluang yang dimiliki oleh toko fashion muslim Nayla Collection adalah lokasi toko terletak dilokasi yang padat penduduk dan terdapat perumahan seperti perumahan Puri Hasanah. Peluang selanjutnya adalah adanya kesadaran para Wanita dalam berbusana muslim yang up to date dan *fashionable*. Model busana yang akan dikenakan disesuaikan dengan acara yang akan dihadiri.

Dalam melakukan usahanya, toko fashion muslim Nalya Collection mempunyai ancaman yaitu munculnya bisnis sejenis dan dengan system yang sejenis maka terdapat kemungkinan pelanggan akan

beralih ke pesaing. Kemudian muncul pesaing dengan inovasi produk baru yang lebih cepat dibandingkan dengan Nalya Collection. Seperti diketahui bahwa pergantian atau inovasi model baju muslim sangat berkembang dengan cepat untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan pandemic covid 19 yang muncul dari awal tahun 2020 menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat karena ada kebijakan-kebijakan pemerintah seperti PPKM (Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Bila pandemic tidak bisa segera diatasi oleh pemerintah dikuatirkan akan semakin menurun penjualan produknya. Perubahan selera masyarakat terhadap model baju muslim merupakan ancaman bila Nalya Collection tidak bisa memenuhi selera pelanggan yang disebabkan efek dari globalisasi dari sisi fashion.

Strategi yang dilakukan dengan kekuatan internal dengan mempertemukan kekuatan- peluang adalah dengan memperluas pemasaran produk ke perumahan maupun masyarakat disekitar toko misalnya dengan membuat program diskon untuk produk. Nalya Collection harus selalu update model model fashion muslim yang sedang disukai masyarakat dan untuk pembelian secara offline bisa mendapatkan edukasi dalam cara berpakaian yang fashionable. Strategi kelemahan-peluang dilakukan dengan tujuan memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan yaitu dengan bekerja sama dengan pelaku *e-commerce* seperti Lazada, Shopee dan Toko Pedia (Toped) sehingga masyarakat yang menginginkan model fashion muslim terkini bisa dengan mudah mendapatkan dengan pembelian melalui *e-commerce*. Selain itu dengan dibuat situs web Nayla Collection.

Sedangkan Strategi untuk kekuatan-ancaman yang dilakukan dengan mempertahankan kualitas produk dan selalu up to date model busana muslim sehingga pelanggan tidak akan berpindah ke pesaing. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan juga harus ditingkatkan seperti lamanya pengiriman produk bila pembelian secara *online*. Strategi penentuan harga supaya bisa bersaing dengan kualitas dan model baju yang tetap mengikuti perkembangan jaman. Selalu upload di media sosial model-model baju terbaru ataupun model lama dengan kemasan yang menarik. Untuk strategi selanjutnya dari analisa kelemahan-ancaman adalah memperbaiki strategi bisnis yang lebih baik misalnya dengan bekerja sama dengan *e-commerce* dalam melakukan penjualan produk. Mengembangkan sumber daya manusia agar bisa selalu mengikuti perkembangan model fashion secara global. Promosi selalu gencar dilakukan baik melalui offline maupun online baik promosi produk maupun cara pembelian produk sehingga meskipun dalam kondisi pandemic covid 19 masyarakat tetap bisa melakukan pembelian produk secara online. Promosi bisa dilakukan dengan memperkuat database pelanggan sehingga bila ada promo diskon bisa segera diinformasikan kepada pelanggan dan

merangkul komunitas ibu-ibu muda sesuai target market nya.

3. BMC Perbaikan

<p>Key Partners </p> <ul style="list-style-type: none"> • Suplier Baju Muslim • Toko Perlengkapan Display • Jasa Pengiriman Barang • Perusahaan e-Commerce 	<p>Key Activities </p> <p>Memilih dan membeli produk baju muslim yang menarik dan up to date dari supplier untuk dijual kembali. Didisplay ditoko dan promosi melalui media sosial. Disolay produk dilakukan di situs web Nayla Collection</p>	<p>Value Proposition </p> <p>Nayla Collection adalah usaha penjualan baju muslim dengan model kekinian, modern dan up to date dengan harga terjangkau. Pembeli yang datang langsung ke toko dilayani dengan ramah oleh karyawan yang berjumlah 2 orang Pembeli juga tidak harus datang ke toko offline tetapi bisa menggunakan fasilitas online. Lokasi toko offline mudah dijangkau karena berada di pinggir jalan dan pelanggan yang tidak datang ke toko offline bisa memilih produk dengan menggunakan media sosial Info-info produk bisa dilihat di situs web Nayla Collection.</p>	<p>Customer Relationships </p>	<p>Customer Segments </p> <p>Wanita muslim kalangan menengah keatas, remaja Wanita dan ibu-ibu muda yang menyukai model-model baju muslim terbaru yang sedang trendy dan praktis.</p>
<p>Key Resources </p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>tangible</i>: ruko, database pelanggan, • <i>intangible</i>: pengetahuan tentang model baju muslim modern dan pengetahuan tentang kombinasi fashion muslim 			<p>Channels </p> <ul style="list-style-type: none"> • Awareness: menginformasikan kepada pelanggan mengenai value proposition melalui social media seperti whatsapp dan facebook pribadi (awareness), • Direct: menawarkan langsung kepada pelanggan (direct) 	
<p>Cost Structure </p> <ul style="list-style-type: none"> • Pembelian produk baju muslim , <i>maintenance</i> , pembayaran gaji karyawan, tagihan listrik, telepon dan internet serta biaya pemasaran. 			<p>Revenue Streams </p> <ul style="list-style-type: none"> • Transaksi penjualan produk baju muslim 	

Sumber : Data diolah (2021)

Gambar 2. BMC Perbaikan Nayla Collection

BMC perbaikan dibuat agar bisnis Nayla Collection tetap bisa berkembang meskipun dalam kondisi pandemic covid 19. Dengan mempertimbangkan BMC yang sedang berjalan dan analisa SWOT nya, berdasarkan FGD diperoleh BMC perbaikan seperti pada gambar 2.

Identifikasi BMC perbaikan adalah sebagai berikut :

1. *Key Partnership*, dalam bermitra dengan pihak lain terdapat penambahan untuk bekerja sama dengan perusahaan e-commerce dalam penjualan produknya seperti Lazada, Bukalapak, Shopee dan Toko Pedia. Strategi ini sesuai dengan strategi kelemahan dan peluang sehingga bisa meminimalisir kelemahan dengan peluang yang ada.

2. *Key Activities*. Kegiatan wajib yang dilakukan perusahaan agar model bisnis nya bisa bekerja, menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan. Berdasarkan hasil FGD maka promosi promosi produk bisa ditambahkan melalui situs web Nayla Collection.
3. *Key Resources*, sebagai tambahannya adalah dengan memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pemakaian fashion muslim modern sehingga karyawan bisa memberikan edukasi kepada pembeli tentang padu padan yang sebaiknya dipakai oleh pelanggan.
4. *Value Proposition*. Terdapat penambahan dengan dibuat situs web Nayla Collection sehingga info-info produk barang bisa dilihat oleh pelanggan secara lengkap yang merupakan salah satu strategi kelemahan – peluang. Kemudian untuk mengakomodir kebutuhan pelanggan akan padu padan model baju yang cocok, selain karyawan harus melayani dengan ramah, karyawan juga bisa memberikan edukasi cara mencocokkan pemakaian busana muslim yang akan dikenakan sehingga terlihat elegan.
5. *Customer Relationship*. Hubungan dengan pelanggan selain melalui media sosial seperti Instagram, facebook dan whatsapp juga bisa ditambahkan dengan bekerja sama dengan perusahaan e-commerce dan menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas ibu-ibu muda seperti komunitas kelompok senam dan pengajian ibu-ibu disekitar toko dan perumahan-perumahan.
6. *Channel*. Pada elemen ini bisa ditambahkan melalui komunitas-komunitas ibu-ibu muda.
7. *Customer Segmen*. Pada elemen ini tidak ada penambahan, masih sama dengan BMC yang sedang berjalan.
8. *Cost Structure*. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menghasilkan value proposition. Terdapat penambahan biaya untuk biaya pemasaran yang digunakan untuk biaya e-commerce.
9. *Revenue Stream*. Pendapatan utama dari Nayla Collection adalah penjualan dari produk baju muslim dan hasil pembelian produk masih dilakukan dengan cash serta tidak ada penambahan sumber pendapatan.

KESIMPULAN

Customer segments toko fashion muslim Nayla Collection dikota Depok adalah wanita kalangan menengah keatas, remaja Wanita dan ibu-ibu muda yang trendy dengan menawarkan *value propositions* yang meliputi produk baju muslim yang modern dan kekinian dengan harga terjangkau. Untuk

menyampaikan *value* yang ditawarkan maka Nayla Collection menggunakan *channel* penjualan langsung dan menggunakan customer relationship berupa *whatsapp*, *Instagram* dan *facebook*. Agar dapat menghasilkan value dilakukan beberapa *key activities* yang meliputi kegiatan pembelian produk baju muslim dari supplier kemudian di display dan dijual kembali dengan memanfaatkan *key resources* yang meliputi ruko, alat untuk display produk serta ruangan ganti baju. Agar aktifitas dapat berjalan untuk menghasilkan value yang diharapkan Nayla Collection memiliki *key partners* yang terdiri supplier, toko perlengkapan display produk dan jasa pengiriman barang menghasilkan revenue streams dari penjualan baju muslim dengan cost structure biaya tetap dan biaya variabel.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Strategi yang dilakukan dengan kekuatan internal dengan mempertemukan kekuatan- peluang adalah dengan memperluas pemasaran produk ke perumahan maupun masyarakat disekitar toko. Strategi kelemahan-peluang dilakukan dengan tujuan memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan yaitu dengan bekerja sama dengan pelaku e-commerce. Sedangkan Strategi untuk kekuatan-ancaman yang dilakukan dengan mempertahankan kualitas produk dan selalu up to date model busana muslim. Strategi selanjutnya dari analisa kelemahan-ancaman adalah memperbaiki strategi bisnis yang lebih baik. Dalam penelitian ini hanya menganalisa satu produk fashion muslim, diharapkan dalam penelitian selanjutnya adalah dengan membandingkan berbagai bidang fashion disektor UMKM sehingga dapat bermanfaat untuk sektor UMKM di Indonesia.

Desain perbaikan BMC Nayla Collection sebagai strategi pengembangan perusahaan perlu dilakukan dengan melakukan penambahan pada elemen *key partnership* dengan bermitra dengan perusahaan e-commerce. *Key Activities*, ditambahkan dengan membuat situs web untuk promosi produk. Untuk elemen *key Key Resources*, ditambahkan memberikan pelatihan kepada karyawan tentang fashion. Sedangkan tambahan untuk elemen *value Proposition* adalah dengan mengedukasi pembeli dalam memadupadankan busana muslim yang akan dikenakan. Bekerja sama dengan perusahaan e-commerce merupakan tambahan pada elemen *Customer Relationship*. Komunitas-komunitas ibu-ibu muda ditambahkan untuk elemen *channel*.

Referensi

- Annas, A., Jufri, M. T., & Jusmawati. (2021). Penerapan Business Model Canvas Pada E-Commerce Toko H5 Jayapura. *JSAI : Journal Scientific and Applied Informatics*, 204-220, Vol. 4 No. 2, <https://doi.org/10.36085/jsai.v4i2.1671>.

- Aryansyah, E. J., Mirani, D., & Martina. (2020). Strategi Bertahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah . *AvoEr* 12, 323-329.
- Bank Indonesia. (2021, July 18). Retrieved from Bank Indonesia: <http://www.bi.co.id>
- Candraningrat, Yurisma, D. Y., & Mujanah, S. (2021). Pengembangan Strategi Bisnis Melalui Bmc (Business Model Canvas) . *Teknologi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 16-24, Vol. 1 No. 1, <https://ejournal.upi.edu/index.php/Teknologi/article/view/34295>.
- Ermaya, S. K., & Darna, N. (2019). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 201 -218, Vol. 1 No. 3, <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/issue/view/301>.
- Kotler , P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* . Bandung: CV Alfabeta.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal MANOVA* , 51 - 61, Vol. 4 No. 2, <https://doi.org/10.15642/manov.v4i2.456>.
- Umar, H. (2019). *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wardhanie, A. P., & Kumalawati, D. (2018). Analisis business model canvas pada perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dalam meningkatkan kualitas perguruan tinggi. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 124-132, Vol. 14 No. 2, <https://doi.org/10.22146/bip.32247>.

Pemetaan Publikasi Riset Perdagangan Internasional dengan Pendekatan Studi Bibliografi

Angestika Wilandari

Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: angestika.ael@bsi.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
27-08-2021	01-09-2021	02-09-2021

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk memetakan perkembangan studi atau penelitian dengan tema perdagangan internasional yang menjadi salah satu indikator perkembangan ekonomi suatu negara. Waktu pengamatan diambil dari tahun 2015-2020 dengan mengambil sampel jurnal sebanyak empat jurnal terakreditasi Sinta 1 dan Sinta 2. Artikel yang dijadikan sampel dari empat jurnal tersebut mencapai 44 artikel dengan sistem seleksi artikel yang dibahas dalam metode penelitian. Penelitian ini mengklasifikasikan baik artikel atau jurnal menjadi klasifikasi berdasarkan topik penelitian, klasifikasi berdasarkan metode penelitian, serta klasifikasi berdasarkan tahun terbit. Topik yang paling banyak diteliti berdasarkan artikel sampel adalah gabungan variabel anteseden dan konsekuensi. Sedangkan untuk metode yang paling banyak digunakan adalah metode penelitian *analytical* serta tidak ada satu pun artikel yang menggunakan metode *review*. Dilanjutkan dengan tahun terbit, diketahui bahwa periode 2015-2016 merupakan periode tahun dengan artikel bertema perdagangan internasional yang paling banyak diterbitkan. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menambahkan faktor lain seperti klasifikasi variabel penelitian yang masuk ke dalam kategori anteseden ataupun konsekuensi, serta faktor tambahan analisis sitasi.

Kata Kunci: Anteseden dan Konsekuensi, Perdagangan Internasional, Studi Bibliografi

Abstract - This study aims to map the development of studies or research with the theme of international trade which is one of the indicators of a country's economic development. The time of observation was taken from 2015-2020 by taking a sample of four journals accredited by Sinta 1 and Sinta 2. The articles sampled from the four journals reached 44 articles with an article selection system discussed in the research method. This study classifies articles or journals into classifications based on research topics, classifications based on research methods, and classifications based on year of publication. The most studied topic based on sample articles is a combination of antecedent and consequence variables. Meanwhile, the most widely used method is the analytical research method and there is not a single article that uses the review method. Followed by the year of publication, it is known that the 2015-2016 period is the period of year with the most published articles on international trade themes. It is hoped that this research can be used as a reference for further research by adding other factors such as the classification of research variables that fall into the antecedent or consequence category, as well as additional factors of citation analysis.

Keywords : Antecedents and Consequences, Bibliographic Studies, International Trade

PENDAHULUAN

Perkembangan penelitian dilandasi dengan berkembangnya teori perdagangan internasional dari waktu ke waktu. Konsep perdagangan bebas pertama kali diusung oleh Adam Smith yang kemudian dikembangkan oleh David Ricardo pada tahun 1887 (Yusdja, 2016). Penjajahan masih terjadi di era tersebut dengan menuai pro dan kontra terhadap praktik perdagangan bebas atau perdagangan internasional. Prinsip dasar dari teori David Ricardo adalah setiap negara dapat melakukan perdagangan dengan menerapkan spesialisasi produksi sehingga tujuan utama dari perdagangan internasional yaitu kesejahteraan masyarakat dapat tercapai (Yusdja,

2016).

Perkembangan penelitian mengenai perdagangan internasional rata-rata bersifat empiris atau melihat pengaruh serta sebab akibat atas faktor tertentu terhadap perdagangan internasional. Penelitian yang bersifat *review* belum ditemukan sehingga menarik minat peneliti dalam penelitian ini untuk melakukan studi bibliografi bertemakan perdagangan internasional.

Herawati & Bandi (2017) melakukan studi bibliografi atau literatur *review* untuk studi perpajakan dalam akuntansi dengan periode penelitian selama 20 tahun. Jurnal yang dijadikan sampel dalam penelitian tersebut sebanyak tujuh jurnal nasional terakreditasi. Menggunakan tujuh jurnal tersebut, Herawati & Bandi

(2017) mendapatkan 83 artikel sampel dengan periode amatan tahun 1997-2016.

Dalam penelitiannya, Herawati & Bandi (2017) membagi klasifikasi menjadi klasifikasi artikel serta klasifikasi jurnal. Klasifikasi artikel yang dilakukan mengerucut kepada topik penelitian, metode penelitian, serta klasifikasi disiplin sumber. Untuk topik penelitian, Herawati & Bandi (2017) mengklasifikasikan sesuai judul atau topik besar penelitian. Sedangkan untuk metode penelitian, Herawati & Bandi (2017) mengelompokkan berdasarkan metode kuantitatif, kualitatif, dan metode campuran. Sedangkan untuk klasifikasi disiplin sumber dibagi menjadi disiplin sumber psikologi, sosiologi, ekonomi, spiritualitas, dan sistem informasi.

Selanjutnya dilakukan klasifikasi jurnal dengan tidak ada pembeda dengan perlakuan klasifikasi artikel. Namun pada klasifikasi jurnal berdasarkan metode penelitian, Herawati & Bandi (2017) membagi klasifikasi jurnal menjadi kelompok eksperimen, survei, *archival*, kajian pustaka, studi kasus, deskriptif, interpretif, dan fenomenologi.

Hasil dari studi bibliografi Herawati & Bandi (2017) adalah metode penelitian yang paling dominan digunakan dalam klasifikasi artikel adalah metode penelitian kuantitatif dengan topik penelitian berkisar kepada akuntansi keuangan, keperilakuan, dan evaluasi kebijakan. Berdasarkan klasifikasi jurnal metode penelitian, metode yang paling sering digunakan adalah *archival*, survei, serta kajian pustaka. Semua jurnal didominasi oleh disiplin sumber ekonomi dengan analisis sitasi menunjukkan hampir setengah penelitian perpajakan sudah berkontribusi terhadap ilmu perpajakan dan akuntansi.

Studi bibliografi selanjutnya dilakukan oleh Suryaputra et al. (2017) dengan mendeskripsikan perkembangan penelitian kinerja perbankan di Indonesia dari 12 jurnal terakreditasi mewakili provinsi Jawa dan Bali. Tahun studi penelitian diambil dari periode 2002-2017 dengan sampel sebanyak 37 artikel.

Dalam penelitiannya, Suryaputra et al. (2017) menggunakan metode penelitian *charting the field* yang dilakukan oleh Hesford et al. (2007). *Charting the field* yang dimaksud melakukan klasifikasi artikel dan jurnal berdasarkan topik serta metode penelitian. Klasifikasi berdasarkan topik penelitian terbagi menjadi variabel anteseden dan variabel konsekuensi. Variabel konsekuensi merupakan variabel yang membahas faktor terjadinya suatu kejadian, dalam studi Suryaputra et al. (2017) adalah faktor terjadinya kinerja perbankan. Sedangkan variabel konsekuensi dapat dikatakan sebagai variabel yang dipengaruhi atau mempengaruhi. Variabel konsekuensi dalam studi Suryaputra et al. (2017) mencakup faktor apa saja yang dipengaruhi oleh kinerja perbankan.

Pembagian variabel anteseden dan konsekuensi dalam penelitian Suryaputra et al. (2017) sangat rinci. Sehingga untuk topik selain anteseden dan konsekuensi, dikelompokkan ke dalam topik lainnya seperti kebangkrutan bank, kesehatan bank, kepemilikan saham, dan lain-lain.

Selanjutnya Suryaputra et al. (2017) kembali melakukan klasifikasi artikel dan jurnal berdasarkan metode penelitian. Klasifikasi metode penelitian dibagi menjadi tiga kelompok yaitu *analytical*, *survey*, serta *literature review*. Hasil dari studi Suryaputra et al. (2017) menunjukkan topik yang paling banyak diteliti adalah topik anteseden dari kinerja bank, dengan metode *analytical*, serta variabel *return on asset* (ROA).

Studi bibliografi berikutnya untuk tema penelitian tertentu dilakukan oleh Dewi et al. (2018). Penelitian tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan penelitian pengungkapan informasi perusahaan di Indonesia (Dewi et al., 2018). Periode studi atau penelitian dimulai dari tahun 2004 hingga 2017 dengan menggunakan sebelas jurnal nasional yang telah terakreditasi. Artikel yang dijadikan sampel dalam penelitian tersebut mencapai 66 artikel.

Tidak berbeda dengan studi Suryaputra et al. (2017), Dewi et al. (2018) melakukan klasifikasi artikel serta jurnal berdasarkan topik serta metode penelitian. Adapun tambahan klasifikasi yang dilakukan untuk klasifikasi artikel adalah penambahan klasifikasi populasi penelitian serta klasifikasi model pengungkapan. Klasifikasi berdasarkan topik untuk artikel dan jurnal dibagi menjadi variabel anteseden dan variabel konsekuensi. Sedangkan untuk klasifikasi berdasarkan metode penelitian untuk artikel dan jurnal terbagi menjadi *analytical*, *survey*, serta *literature review*.

Klasifikasi selanjutnya merupakan klasifikasi tambahan berupa klasifikasi populasi penelitian serta klasifikasi model penelitian. Dewi et al. (2018) membagi klasifikasi populasi penelitian menjadi 16 populasi yaitu perusahaan manufaktur, perusahaan yang *terlisting* di BEI, perusahaan perbankan, perusahaan non keuangan, perusahaan IPO, perusahaan telekomunikasi asia pasifik, perusahaan sektor riil, perusahaan perbankan syariah, perusahaan publik indeks LQ-45, perusahaan jasa, perusahaan keuangan, perusahaan peserta proper, perusahaan rokok, organisasi pengelola zakat, perusahaan di Malaysia, serta perusahaan terdaftar di Jakarta Stock Exchange.

Sedangkan untuk klasifikasi model pengungkapan, diketahui bahwa model pengungkapan yang paling banyak diteliti adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), pengungkapan wajib dan sukarela, serta pengungkapan *Intellectual Capital*.

Hasil studi Dewi et al. (2018) menunjukkan topik yang paling banyak diteliti adalah topik anteseden dari praktik pengungkapan informasi perusahaan sebanyak 43%. Kemudian metode yang paling banyak digunakan adalah *analytical* dengan persentase sebesar 89%. Terkait dengan model pengungkapan, diketahui bahwa model yang paling banyak digunakan adalah model pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Studi terbaru yang terbit di tahun 2021 mengenai perkembangan penelitian tertentu kembali

dilakukan oleh Saputri (2021). Penelitian dengan judul “Topik *Balance Scorecard* Dalam Literatur Akuntansi di Indonesia: Studi Bibliografi” kembali menggunakan metode *charting the field*. Menggunakan artikel sampel sebanyak 24 artikel yang didapat dari tujuh jurnal terakreditasi Sinta 2 dan Sinta 3 dilakukan untuk periode pengamatan dari tahun 2009 hingga 2019.

Klasifikasi yang dilakukan untuk artikel dan jurnal terbagi atas klasifikasi topik, metode, serta tahun terbit. Klasifikasi topik dilakukan dengan membagi variabel menjadi antedecedan dan konsekuensi, kemudian klasifikasi metode terbagi menjadi *analytical* dan survei. Sedangkan klasifikasi tahun terbit hanya melihat distribusi terbitnya artikel dalam jurnal penerbit setiap tahun.

Hasil dari penelitian Saputri (2021) menunjukkan topik penelitian dalam artikel sampel didominasi oleh artikel konsekuensi dengan persentase sebesar 79.17%. Kemudian untuk metode yang paling banyak digunakan adalah *analytical* dengan persentase 66.67%. Selanjutnya tahun yang paling banyak menerbitkan artikel dengan tema *balance scorecard* terdapat pada tahun 2013.

Mengacu kepada penelitian-penelitian sebelumnya, belum terdapat studi bibliografi yang membahas tema perdagangan internasional sebagai salah satu indikator pertumbuhan ekonomi suatu negara. Penelitian ini termotivasi oleh penelitian Saputri (2021) mengenai bibliografi penelitian, meskipun tidak mengangkat tema penelitian yang sama.

Penelitian ini mencoba mengkaji metode yang dilakukan oleh Saputri (2021) dengan mengadaptasi Hesford et al. (2007). Pada saat ini dengan adanya globalisasi membawa perubahan yang pesat pada perkembangan perdagangan internasional. Para ahli kemudian melakukan penelitian yang pada akhirnya dilakukan publikasi ilmiah. Beragamnya hasil publikasi mempermudah pemahaman serta aplikasi dari hasil penelitian tersebut. Sehingga perlu dilakukan pemetaan dengan membuat bibliografi dari penelitian-penelitian berjudul perdagangan internasional yang dilihat dari topik, metode, dan tahun terbit. Berdasarkan perkembangan tersebut, perlu dilakukan penelitian pemetaan publikasi riset penelitian perdagangan internasional dengan pendekatan studi bibliografi. Studi atau penelitian ini mencoba mendeskripsikan perkembangan penelitian mengenai tema perdagangan internasional dengan rentang waktu penelitian 2015-2020 mengingat di rentang waktu tersebut kondisi perdagangan internasional Indonesia mengalami perbaikan. Kondisi tersebut diasumsikan menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian terkait perdagangan internasional. Karena keterbatasan sumber daya peneliti, maka waktu pengamatan hanya dibatasi selama lima tahun dengan memperhatikan aspek-aspek serta asumsi penting dalam penelitian. Dalam perkembangannya, diharapkan melalui penelitian ini dapat dikembangkan untuk melihat kontribusi penelitian perdagangan internasional terhadap ilmu ekonomi. Selain itu diperjelas oleh Nurhayati & Elly

(2017) bahwa dengan bibliografi dapat menunjukkan kegiatan yang dilakukan oleh para peneliti. Sehingga dengan adanya studi bibliografi mengenai perdagangan internasional diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan oleh peneliti lain yang ingin mengembangkan studi bibliografi bertemakan perdagangan internasional.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dikembangkan oleh Hesford et al. (2007) yaitu “*charting the field*”. Mengacu kepada Dewi et al., (2018) peneliti memilih penelitian dengan topik perdagangan internasional pada empat jurnal terakreditasi dengan rincian satu jurnal di Sinta 1 dan tiga jurnal di Sinta 2. Adapun sampel jurnal yang terdapat pada jurnal terakreditasi Sinta 1 dan Sinta 2 hanya terdapat empat jurnal yang memiliki ruang lingkup ekonomi atau ekonomi internasional. Daftar nama jurnal yang dijadikan sampel dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Nama Jurnal

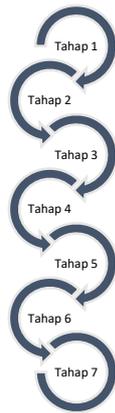
No	Nama Jurnal	Institusi	Total Artikel	Indeks Sinta
1	<i>Economic Journal of Emerging Markets</i>	Universitas Islam Indonesia	108	1
2	<i>Journal of ASEAN Studies</i>	Binus University	60	2
3	<i>Economics Development Analysis Journal</i>	Universitas Negeri Semarang	285	2
4	<i>Journal of Economics and Policy (JEJAK)</i>	Universitas Negeri Semarang	160	2

Sumber : Data Diolah (2021)

Pada Tabel 1 menggambarkan sampel dari daftar nama jurnal, namun tidak menggambarkan jumlah sampel artikel penelitian. Total artikel yang dijadikan sampel penelitian mencapai 44 artikel kemudian dikelompokkan berdasarkan topik dan metode penelitian. Kembali merujuk kepada Saputri (2021) pada penelitian ini juga menambahkan unsur tahun terbit pada klasifikasi artikel atupun jurnal.

Pemilihan jurnal dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan kriteria berikut : 1) Jurnal merupakan jurnal terakreditasi dan terindeks SINTA 1 dan SINTA 2. 2) Jurnal dapat diakses secara daring. 3) Peneliti melakukan pemilihan artikel yang sesuai dengan topik perdagangan internasional.

Kriteria artikel yang dijadikan sampel penelitian dilakukan melalui penjelasan gambar di bawah berikut :



Sumber : Data diolah (2021)

Gambar 1. Alur Pemilihan Sampel

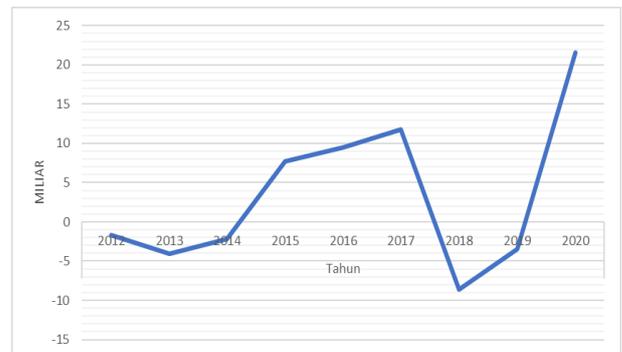
Penjelasan dari gambar di atas adalah sebagai berikut :1) Tahap 2 : Peneliti berfokus mencari jurnal yang sudah terindeks SINTA 1 dan SINTA 2. 2) Tahap 2 : Peneliti membuka satu persatu portal jurnal tersebut secara daring. 3) Tahap 3 : Peneliti melakukan pengecekan setiap volume penerbitan artikel dimulai dari tahun 2015. 4) Tahap 4 : Pada saat melakukan pengecekan volume penerbitan artikel, peneliti berfokus melihat judul artikel yang bersangkutan dengan topik perdagangan internasional. 5) Tahap 5 : Apabila judul artikel tidak berkaitan dengan topik perdagangan internasional maka tidak dijadikan sampel penelitian. 6) Tahap 6 : Namun apabila judul artikel mengandung unsur topik perdagangan internasional, maka peneliti membuka *file* atau melakukan *download* artikel tersebut untuk diidentifikasi secara detail apakah layak dijadikan sampel penelitian. 7) Tahap 7: Setelah melakukan *download* artikel, peneliti kemudian melakukan tabulasi data berdasarkan judul penelitian, nama jurnal, periode dan tahun terbit, tahun penelitian, nama peneliti, metode penelitian, serta sifat artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan mencakup informasi sampel artikel yang kemudian dilanjutkan dengan klasifikasi artikel dan jurnal. Klasifikasi artikel dan jurnal yang dimaksud terbagi menjadi klasifikasi berdasarkan topik penelitian, klasifikasi berdasarkan metode penelitian, serta klasifikasi berdasarkan tahun terbit. Mengacu kepada penelitian-penelitian sebelumnya, klasifikasi artikel dilakukan dengan cara membagi-bagi artikel atau *paper* penelitian berdasarkan klasifikasi yang ditentukan. Sedangkan klasifikasi jurnal membagi portal jurnal atau OJS sesuai dengan metode klasifikasi yang dilakukan pada klasifikasi artikel.

1. Informasi Sampel Artikel

Hasil dari penelitian ini menggunakan 44 artikel dari 4 jurnal terakreditasi dan sudah terindeks SINTA sesuai dengan kriteria. Adapun kelengkapan judul artikel, nama peneliti, tahun penelitian, nama jurnal, serta periode terbit dapat dilihat melalui Tabel 2. Mengacu kepada Saputri (2021) disebutkan pentingnya pemilihan rentang waktu penelitian, maka penelitian ini mengambil tahun penelitian sepanjang lima tahun bermula dari tahun 2015 hingga 2020. Peneliti memilih rentang waktu tersebut dengan alasan di tahun 2015 secara keseluruhan neraca perdagangan Indonesia dicatatkan membaik jika dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (Indonesia, n.d.).Tren dari neraca perdagangan dapat dilihat melalui Grafik 1. Sehingga penelitian dengan tema perdagangan internasional diharapkan kembali menjadi tema yang menarik untuk dibahas oleh kalangan peneliti.



Sumber : Data Diolah (2021)

Grafik 1. Tren Neraca Perdagangan

Merujuk pada Tabel 2 diketahui bahwa untuk *Economic Journal of Emerging Markets* sepanjang tahun penelitian memiliki total penelitian sebanyak 108 artikel dengan 14 artikel di antaranya bertopik perdagangan internasional. Apabila diukur dalam persentase, artikel bertopik perdagangan internasional hanya sebesar 13%. Selanjutnya untuk *Journal of ASEAN Studies*, dari 60 artikel yang dipublikasikan artikel dengan tema perdagangan internasional hanya berjumlah tiga artikel atau sebesar 5%. Jurnal berikutnya yaitu *Economics Development Analysis Journal* mempunyai artikel terbit sebanyak 285 dengan 18 di antaranya bertemakan perdagangan internasional.

Secara persentase 18 artikel bertemakan perdagangan tersebut menduduki sebanyak 6% dari 285 artikel yang terpublikasi. Kemudian jurnal terakhir yang dijadikan sampel yaitu *Journal of Economics and Policy* (JEJAK) memiliki 160 artikel yang dipublikasi dengan 6% atau sembilan artikel di dalamnya bertemakan perdagangan internasional. Dapat disimpulkan bahwa masih sedikit artikel bertema perdagangan internasional di rentang waktu penelitian, dengan *Economic Journal of Emerging Markets* yang mendominasi.

Mengingat jurnal dengan status akreditasi Sinta 1, *Economic Journal of Emerging Markets* menjadi portal jurnal yang diminati oleh para peneliti. Meskipun demikian, persyaratan penelitian yang akan dipublikasikan menjadi tantangan tersendiri bagi peneliti. Berdasarkan penelusuran lebih lanjut melalui portal jurnal yang dijadikan sampel penelitian, penelitian dengan tema perdagangan internasional belum menjadi tema penelitian yang paling sering diangkat. Tema yang paling banyak diangkat adalah penelitian dengan tema ekonomi pembangunan, manajemen keuangan, atau ekonomi *digital*. Sebagaimana pada penelitian Ma'ruf & Wihastuti (2008) disebutkan bahwa penelitian berkaitan dengan pembangunan serta pembangunan ekonomi sangat menarik untuk diperdebatkan. Selain itu dijelaskan oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (2019) bahwa ekonomi *digital* tumbuh sangat pesat sehingga menarik minat praktisi atau akademisi untuk terjun di dalamnya.

2. Klasifikasi Berdasarkan Topik Penelitian

Mengacu kepada Hesford et al. (2007), penelitian ini melakukan klasifikasi tiap artikel dan portal jurnal (OJS) berdasarkan topik serta metode penelitian.

2.1. Klasifikasi Artikel

Pengklasifikasian artikel mengenai topik penelitian perdagangan internasional dibedakan menjadi anteseden dan konsekuensi. Pengertian anteseden dan konsekuensi menurut penelitian sebelumnya seperti Suryaputra et al. (2017), Dewi et al. (2018), serta Saputri (2021) dijelaskan sebagai berikut : 1) Anteseden memiliki pengertian faktor-faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya suatu penelitian, dalam konteks penelitian ini dapat diartikan sebagai faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya perdagangan internasional baik dari segi ekspor ataupun impor. Kemudian 2) Konsekuensi memiliki pengertian dampak atau pengaruh atas kebijakan tertentu terhadap perdagangan internasional atau sebaliknya.

Selain klasifikasi artikel, juga dilakukan klasifikasi jurnal. Herawati & Bandi (2017) dalam penelitiannya melakukan klasifikasi jurnal yang dibagi menjadi klasifikasi jurnal berdasarkan topik dan klasifikasi berdasarkan metode penelitian. Klasifikasi jurnal juga dilakukan dalam penelitian Suryaputra et al. (2017), Dewi et al. (2018), dan Saputri (2021). Sehingga dapat diketahui bahwa klasifikasi tidak terbatas hanya artikel saja, namun dapat diperluas dengan melakukan klasifikasi jurnal.

Tabel 2 menunjukkan klasifikasi artikel perdagangan internasional berdasarkan topik penelitian yang terjadi selama lima tahun.

Tabel 2. Klasifikasi Artikel Berdasarkan Topik Penelitian

Topik Penelitian	Jumlah Artikel	Persentase
Anteseden	10	22.73%
Konsekuensi	15	34.09%
Anteseden dan Konsekuensi	19	43.18%
Total	44	100%

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa dalam jangka waktu lima tahun penelitian mengenai perdagangan internasional dengan topik anteseden terdapat sebesar sepuluh artikel, penelitian dengan topik konsekuensi sebanyak 15 artikel, serta penelitian yang mengangkat topik anteseden dan konsekuensi terdapat 19 artikel. Kondisi tersebut mengindikasikan untuk penelitian perdagangan internasional didominasi oleh artikel yang membahas faktor terjadinya perdagangan internasional disertai dengan dampak atau pengaruhnya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian dengan tema perdagangan internasional lebih mengedepankan kepada hasil analisis dibandingkan alur historis. Hasil dari analisis tersebut pada akhirnya akan menjadi rujukan-rujukan penelitian yang bermanfaat (Jamal, 2012).

2.2. Klasifikasi Jurnal

Klasifikasi jurnal berdasarkan topik penelitian tidak berbeda dengan klasifikasi artikel berdasarkan topik penelitian. Klasifikasi jurnal berdasarkan topik penelitian melihat artikel dengan topik anteseden serta konsekuensi. Rincian klasifikasi jurnal sepanjang lima tahun penelitian (2015-2020) berdasarkan topik penelitian dapat dilihat melalui Tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi Jurnal Berdasarkan Topik Penelitian

Nama Jurnal	Topik		
	A	K	A & K
	Jumlah		
<i>Economic Journal of Emerging Markets</i>	7	2	5
<i>Journal of ASEAN Studies</i>	2	1	0
<i>Economics</i>	0	7	11

<i>Development Analysis Journal</i>			
<i>Journal of Economics and Policy (JEJAK)</i>	1	5	3
Total	10	15	19

Sumber : Data Diolah (2021)

Tabel 3 di atas menggambarkan rincian klasifikasi jurnal berdasarkan topik penelitian. Namun dikarenakan keterbatasan tempat dalam *insert* tabel diketahui bahwa “A” memiliki arti anteseden, “K” memiliki arti konsekuensi, sedangkan “A & K” memiliki arti anteseden dan konsekuensi.

Melalui Tabel 2 diketahui bahwa ada 10 artikel yang diterbitkan dengan tema perdagangan internasional dan bertopik anteseden. Apabila diintegrasikan dengan Tabel 3, terlihat distribusi atau persebaran jurnal yang menerbitkan sepuluh artikel bertopik anteseden. *Economic Journal of Emerging Markets* memiliki kontribusi sebesar 70% dalam penerbitan sepuluh artikel dengan topik anteseden. Di lain pihak terlihat tidak adanya artikel dengan topik anteseden yang diterbitkan oleh *Economics Development Analysis Journal* sepanjang 2015-2020.

Meskipun tidak adanya artikel yang diterbitkan oleh *Economics Development Analysis Journal* dengan tema anteseden, namun sebesar 46.67% artikel bertopik konsekuensi telah diterbitkan sepanjang tahun 2015-2020. Artikel dengan topik konsekuensi paling sedikit diterbitkan oleh *Journal of ASEAN Studies* dari tahun 2015 hingga 2020 yaitu sebanyak satu artikel.

Tidak hanya artikel dengan topik konsekuensi yang paling banyak diterbitkan oleh *Economics Development Analysis Journal*, diketahui bahwa sebanyak 57.89% artikel diterbitkan dengan topik anteseden dan konsekuensi pada jurnal tersebut. Berbanding terbalik dengan *Economics Development Analysis Journal*, tidak ada satu pun artikel yang diterbitkan oleh *Journal of ASEAN Studies* dengan topik anteseden dan konsekuensi di tahun 2015-2020. Kondisi pada Tabel 3 dapat disimpulkan adanya informasi yang diketahui jurnal penerbit apa saja yang menerbitkan artikel-artikel bertopik anteseden, konsekuensi, serta anteseden dan konsekuensi. Penghitungan klasifikasi jurnal pada Tabel 3 harus terintegrasi dengan klasifikasi artikel pada Tabel 3.

3. Klasifikasi Berdasarkan Metode Penelitian

Dewi et al. (2018) pada penelitiannya disebutkan bahwa artikel serta jurnal secara metode penelitian dapat diklasifikasikan menjadi artikel atau jurnal dengan metode *analytical*, metode *review*, serta metode survei. Namun apabila disesuaikan berdasarkan sampel yang diteliti, penelitian ini hanya membagi klasifikasi artikel dan jurnal dengan metode *analytical* dan dengan metode *review*. Rincian mengenai jumlah klasifikasi artikel serta jurnal berdasarkan metode penelitian dapat dilihat melalui Tabel 4 dan Tabel 5.

3.1. Klasifikasi Jurnal

Tabel 4. Klasifikasi Artikel Berdasarkan Metode Penelitian

Metode	Jumlah Artikel	Persentase
<i>Analytical</i>	40	90.91%
<i>Analytical dan Review</i>	4	9.09%
Total	44	100%

Sumber : Data Diolah (2021)

Saputri (2021) dalam penelitiannya menjelaskan metode penelitian *analytical* dapat dibagi menjadi analisis kuantitatif dan kualitatif. Lebih lanjut Saputri (2021) menjelaskan bahwa penelitian dengan metode analisis adalah metode yang bersifat numerik, sedangkan analisis kualitatif adalah penelitian dengan sifat non-numerik.

Berdasarkan Tabel 4, artikel pada penelitian ini didominasi oleh artikel dengan metode penelitian analisis. Merujuk kepada tabulasi data yang dimiliki oleh peneliti dan merujuk kepada definisi penelitian analisis oleh Saputri (2021), artikel dengan topik perdagangan internasional sebesar 90.91% disajikan dengan metode analisis kuantitatif. Kemudian 0% artikel disajikan dengan metode *review*, sedangkan artikel yang menggabungkan metode analisis dan *review* terdapat sebanyak 4 artikel selama lima tahun jangka waktu penelitian.

Hutagalung & Utomo (2017) dalam penelitiannya menyebutkan metode penelitian yang paling banyak digunakan dalam penelitian adalah metode analisis kuantitatif. Kondisi tersebut dijelaskan dalam beberapa faktor yaitu: 1) Metode analisis kuantitatif jelas pada angka. 2) Pengolahan data dalam analisis kuantitatif lebih cepat dilakukan. 3) Referensi penelitian lebih banyak. Selain itu Martono (2014) dalam bukunya menyebutkan penelitian dengan metode analisis kuantitatif akan terbebas dari biaya penelitian yang mahal.

Mengacu kepada penelitian Hutagalung & Utomo (2017), artikel penelitian bertemakan perdagangan internasional didominasi dengan metode analisis kuantitatif dikarenakan argumentasi kemudahan metode serta cepatnya pengolahan data. Selain itu penelitian bertemakan perdagangan internasional membutuhkan data penelitian yang memiliki cakupan luas. Sehingga penelitian dengan metode analisis kuantitatif cenderung dipilih oleh peneliti yang mengangkat tema perdagangan internasional.

3.2. Klasifikasi Jurnal

Tabel 5. Klasifikasi Jurnal Berdasarkan Metode Penelitian

Nama Jurnal	Metode		
	A	R	A & R
	Jumlah		
<i>Economic Journal of Emerging Markets</i>	14	0	0
<i>Journal of ASEAN Studies</i>	3	0	0
<i>Economics Development Analysis Journal</i>	15	0	3
<i>Journal of Economics and Policy (JEJAK)</i>	8	0	1
Total	40	0	4

Sumber : Data Diolah (2021)

Tidak berbeda dengan Tabel 3, adanya keterbatasan tempat dalam *insert* tabel maka pada kolom metode di Tabel 5 hanya diisi dengan “A”, “R”, serta “A & R”. Diketahui bahwa “A” memiliki arti *analytical* baik bersifat kualitatif ataupun kuantitatif, “R” memiliki arti *review*, sedangkan “A & R” memiliki arti *analytical* dan *review*.

Pada Tabel 5 diketahui adanya integrasi antara Tabel 4 dan Tabel 5, di mana artikel dengan metode *analytical* diterbitkan oleh jurnal dengan jumlah 40 artikel dan seterusnya untuk metode *review* serta *analytical* dan *review*. Namun apabila melihat persebaran jurnal yang menerbitkan artikel dengan metode *analytical*, *Economics Development Analysis Journal* menerbitkan artikel terbanyak sebesar 37.5%. Apabila dilakukan analisis dengan melakukan tabulasi silang dengan Tabel 6, terlihat bahwa *Economics Development Analysis Journal* tidak menerbitkan artikel dengan topik anteseden. Sehingga artikel yang masuk dan diterbitkan oleh *Economics Development Analysis Journal* bersifat menjelaskan pengaruh atau sebab akibat dengan metode penelitian yang sangat *analytical* sehingga menghasilkan bukti empiris.

Kembali merujuk pada Tabel 5, terlihat bahwa tidak ada satu pun jurnal yang menerbitkan artikel dengan metode penelitian yang hanya bersifat *review*. *Review* sering diartikan dengan metode penelitian perbandingan literatur sehingga tidak menjelaskan fenomena atau pengaruh sebab akibat serta tidak menghasilkan bukti empiris. Kondisi tersebut sangat sulit dilakukan mengingat riset atau penelitian dengan tema perdagangan internasional akan sering membahas fenomena atau sebab akibat atas kebijakan tertentu terhadap perdagangan internasional. Pembahasan

fenomena yang terjadi dalam ruang lingkup perdagangan internasional dapat berupa penjelasan faktor-faktor penyebab terjadinya perdagangan antarnegara, atau bersifat anteseden, namun tetap menggunakan pembangunan hipotesis serta pengujian empiris.

Meskipun penelitian atau riset mengenai perdagangan internasional lebih banyak dilakukan menggunakan metode *analytical*, namun tetap ada artikel yang menggunakan metode penelitian gabungan antara *analytical* dan *review*. Menurut telaah dan analisis yang dilakukan peneliti, ada empat artikel dengan metode penelitian gabungan antara *analytical* dan *review*. Empat artikel tersebut 75% diterbitkan oleh *Economics Development Analysis Journal* serta 25% diterbitkan oleh *Journal of Economics and Policy (JEJAK)*.

4. Klasifikasi Berdasarkan Tahun Terbit

Klasifikasi artikel serta jurnal yang digunakan dalam penelitian ini selain berdasarkan topik dan metode penelitian juga menggunakan klasifikasi berdasarkan tahun terbit. Klasifikasi berdasarkan tahun terbit dapat memberikan informasi berapa artikel dengan tema perdagangan internasional yang berhasil diterbitkan oleh jurnal sampel penelitian dalam jangka waktu penelitian (2015-2020). Rincian klasifikasi artikel serta jurnal berdasarkan tahun terbit dapat dilihat melalui Tabel 6 dan 7.

4.1. Klasifikasi Artikel

Tabel 6. Klasifikasi Artikel Tahun Terbit

Tahun Terbit	Jumlah Artikel Penelitian	Persentase
2015	9	20.46%
2016	7	15.90%
2017	8	18.19%
2018	9	20.46%
2019	4	9.09%
2020	7	15.90%
Total	44	100%

Sumber : Data Diolah (2021)

Pada Tabel 6 di atas menunjukkan klasifikasi artikel berdasarkan tahun terbit tanpa mempertimbangkan jurnal yang menerbitkan. Artinya Tabel 6 di atas hanya melihat artikel berdasarkan tahun terbit dari tahun 2015 hingga 2020 untuk seluruh sampel jurnal. Diketahui bahwa tahun terbit dengan artikel paling sedikit yaitu sebesar 9.09% ada di tahun

2019. Tidak diketahui secara pasti apakah di tahun 2019 sedikit dari akademisi serta peneliti yang melakukan penelitian bertemakan perdagangan internasional, atau ada kebijakan dari jurnal penerbit untuk tema artikel yang akan diterbitkan di tahun tersebut.

Namun apabila kembali merujuk pada argumentasi informasi artikel sampel, masih sedikitnya penelitian bertemakan perdagangan internasional dapat disebabkan minat penelitian dengan tema lain seperti ekonomi pembangunan serta ekonomi *digital* cenderung tinggi.

4.2. Klasifikasi Jurnal

Tabel 7. Klasifikasi Jurnal Berdasarkan Tahun Terbit

Nama Jurnal	Tahun		
	2015-2016	2017-2018	2019-2020
	Jumlah		
<i>Economic Journal of Emerging Markets</i>	3	3	8
<i>Journal of ASEAN Studies</i>	1	1	1
<i>Economics Development Analysis Journal</i>	9	8	1
<i>Journal of Economics and Policy (JEJAK)</i>	3	5	1
Total	16	17	11

Sumber : Data Diolah (2021)

Tabel 7 didapat dari data tabulasi yang dimiliki oleh peneliti. Dimulai dari *Economic Journal of Emerging Markets* dengan total penelitian sepanjang tahun 2015-2020 adalah sebanyak 108 artikel. Pada periode 2015-2020, artikel yang bertemakan perdagangan internasional hanya memiliki persentase 13% atau sebanyak 14 artikel. Dilanjutkan dengan *Journal of ASEAN Studies*, dari 60 artikel yang diterbitkan hanya tiga artikel bertemakan perdagangan internasional untuk periode 2015-2020. Persentase riset atau penelitian bertemakan perdagangan internasional yang diterbitkan oleh *Journal of ASEAN Studies* sebesar 5% atau paling rendah dibandingkan jurnal sampel lain.

Jurnal ketiga yang menjadi sampel penelitian adalah *Economics Development Analysis Journal*, di mana jurnal tersebut memiliki periode terbit paling banyak yaitu empat kali dalam setahun. Dengan kondisi terbit yang lebih banyak dibandingkan jurnal sampel lain, tidak mengherankan bahwa total artikel yang diterbitkan sepanjang 2015-2020 mencapai 285

artikel dengan persentase 6% artikel yang bertemakan perdagangan internasional. Mengacu kepada jumlah artikel yang diterbitkan oleh *Economics Development Analysis Journal*, terdapat 18 artikel bertemakan perdagangan internasional yang diterbitkan tahun 2015-2020. Angka tersebut menunjukkan jurnal yang paling banyak menerbitkan artikel bertemakan perdagangan internasional dibandingkan jumlah sampel lainnya. Namun 18 artikel tersebut tidak cukup banyak apabila dipersentasakan, mengingat artikel yang terpublikasi selama lima tahun mencapai 285 artikel.

Sampel jurnal terakhir dalam penelitian ini yaitu *Journal of Economics and Policy (JEJAK)*. Dalam penghitungan dan tabulasi peneliti, dari tahun 2015 hingga 2020 terdapat 160 artikel yang diterbitkan dengan periode terbit dua kali dalam setahun. Apabila diurutkan berdasarkan total artikel atau penelitian yang telah dipublikasi tanpa melihat tema, *Journal of Economics and Policy (JEJAK)* menduduki peringkat dua setelah *Economic Development Analysis Journal*. Dari 160 artikel tersebut hanya 6% atau sebanyak Sembilan artikel yang membahas tema perdagangan internasional.

Apabila disimpulkan berdasarkan Tabel 7 maka diketahui untuk periode 2017-2018 merupakan periode dengan artikel yang paling banyak diterbitkan bertemakan perdagangan internasional dengan jumlah 17 artikel. Menyusul kemudian di periode 2015-2016 sebanyak 16 artikel, dan periode 2019-2020 sebanyak 11 artikel.

KESIMPULAN

Penelitian dengan tema perdagangan internasional didominasi oleh riset dengan topik bersifat anteseden dan konsekuensi. Artinya artikel yang terbit cenderung menggunakan topik faktor yang menyebabkan terjadinya perdagangan internasional dilanjutkan dengan pengaruh atau hubungan sebab akibat atas faktor tersebut. Topik tersebut akan berdampak pada luasnya informasi atas hasil dari riset dan penelitian yang dilakukan. Sehingga penelitian yang terjadi dapat memberikan nilai tambah untuk penelitian itu sendiri dan dapat dilanjutkan oleh penelitian berikutnya.

Melihat klasifikasi jurnal dan artikel dari tahun terbit, terlihat distribusi yang tidak merata dari jumlah artikel terbit bertemakan perdagangan internasional. Seperti contoh *Journal of ASEAN Studies*, dengan pengelompokan tahun 2015-2016, 2017-2018, 2019-2020 diketahui di masing-masing kelompok hanya terdapat satu artikel terbit bertemakan perdagangan internasional. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa ada di salah satu tahun artikel bertemakan perdagangan internasional tidak terbit. Tidak terbitnya artikel tersebut dapat diasumsikan dalam berbagai macam faktor.

Karena keterbatasan waktu dan sumber daya yang dimiliki oleh peneliti, penelitian ini dapat

dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti berikutnya dengan memperhatikan aspek-aspek seperti : 1) Analisis lebih lanjut apa saja variabel yang masuk ke dalam anteseden dan konsekuensi untuk masing-masing artikel. 2) Penambahan rentang waktu penelitian. 3) Menambahkan analisis sitasi untuk masing-masing artikel sampel. 4) Pembahasan faktor tidak terbitnya artikel perdagangan internasional dalam satu periode atau tahun penerbitan jurnal.

REFERENSI

- Dewi, A. C., Fitriana, A., & Setiawan, D. (2018). Perkembangan penelitian di bidang pengungkapan di Indonesia: Telaah konseptual. *Jurnal Siasat Bisnis*, 22(1), 1–19. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol22.iss1.art1>
- Herawati, N., & Bandi, B. (2017). Dua Puluh Tahun Riset Perpajakan dalam Akuntansi: Suatu Studi Bibliografi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(2), 102–121. <https://doi.org/10.9744/jak.19.2.102-121>
- Hesford, J. W., Lee, S. H., Van der Stede, W. A., & Young, S. M. (2007). Management Accounting: A Bibliographic Study. In *Handbook of Management Accounting Research* (pp. 16–39). Elsevier Ltd.
- Hutagalung, T., & Utomo, D. (2017). Meta-Analisis Variasi Penelitian Dari Peneliti Akuntansi Di Indonesia. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 352–362.
- Indonesia, K. K. R. (n.d.). *Neraca Perdagangan Indonesia 2015 Catatkan Surplus 7,52 Miliar Dolar AS*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/neraca-perdagangan-indonesia-2015-catatkan-surplus-7-52-miliar-dolar-as/>
- Jamal, S. (2012). Merumuskan Tujuan dan Manfaat Penelitian. *Ilmiah Dakwah Dan Komunikasi*, 3 No. 5, 148–150.
- Kementerian Komunikasi dan Informasi. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial. In *Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika*.
- Ma'ruf, A., & Wihastuti, L. (2008). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Determinan dan Prospeknya. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 9(1), 44–55. <https://doi.org/10.18196/jesp.9.1.1526>
- Martono, N. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder* (2nd ed.). PT RajaGrafindo Persada. <https://books.google.co.id/books?id=tU11BgAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Nurhayati, S., & Elly, A. (2017). Terbitan Bibliografi Sebagai Alat Bantu Penelusuran Informasi Di Perpustakaan Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan. *Jurnal Pari*, 2(2), 52. <https://doi.org/10.15578/jp.v2i2.3249>
- Saputri, M. A. (2021). Topik Balance Scorecard Dalam Literatur Akuntansi Di Indonesia: Studi Bibliografi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 0832, 61–78. <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/jat/article/view/8611>
- Suryaputra, F. A. G., Setiawan, D., & Bandi. (2017). Perkembangan Penelitian Kinerja Perbankan Di Indonesia Filipus. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 15(2), 96–105.
- Yusdja, Y. (2016). Tinjauan Teori Perdagangan Internasional dan Keunggulan Kooperatif. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 22(2), 126. <https://doi.org/10.21082/fae.v22n2.2004.126-141>

Analisis Kepuasan Kerja Pegawai dengan Analisis Gap dan Kuadran Pada Pegawai PPSDM-BPPK-Kemenkeu

Daniel Pangaribuan¹, Pardomuan Robinson Sihombing²

¹Kementerian Keuangan, ²Badan Pusat Statistik
e-mail: robinson@bs.go.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
29-08-2021	31-08-2021	01-09-2021

Abstrak - Penelitian ini membahas kepuasan kerja pegawai pada pegawai PPSDM-BPPK-Kemenkeu. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis gap dan kuadran analisis. Hasil yang didapatkan tingkat kepuasan pegawai PPSDM masuk dalam kategori kurang puas dibawah 99 persen. Tingkat kesesuaian kepuasan kerja pegawai bernilai sempurna, berarti organisasi memberikan kepuasan kerja yang memenuhi apa yang dianggap penting oleh pegawai atau pelayanan telah memuaskan. Faktor kompensasi relatif sudah memberikan kepuasan kepada pegawai. Faktor promosi ini dalam diagram kartesius masuk di kuadran IV yaitu prioritas rendah. Sedangkan faktor rekan kerja merupakan faktor yang paling tinggi yang menunjang kepuasan kerja pegawai. Pegawai menganggap rekan kerja penting dan persepsi terhadap rekan kerja memuaskan. Adapun saran yang dapat diberikan adalah Agar PPSDM dan BPPK secara keseluruhan melakukan evaluasi terhadap kepuasan kerja pegawai PPSDM sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja pegawai.

Kata Kunci: gap, kuadran, kepuasan

Abstract - This study discusses employee job satisfaction at PPSDM-BPPK-Kemenkeu employees. The analytical methods used are gap analysis and quadrant analysis. The results obtained that the satisfaction level of PPSDM employees is in the less satisfied category below 99 percent. The level of employee job satisfaction deserves perfect, meaning that the organization's job satisfaction fulfills what is considered important by the employee or the service has been satisfactory. The relative compensation factor has given satisfaction to employees. This promotion factor in the Cartesian diagram is in quadrant IV, which is low priority. While the co-workers factor is the highest factor that supports employee job satisfaction. Employees consider co-workers important and perceptions of co-workers are satisfactory. The suggestions that can be given are that PPSDM and BPPK as a whole evaluate the job satisfaction of PPSDM employees so that they can increase employee job satisfaction.

Keywords: gap, quadrant, satisfaction

PENDAHULUAN

Kepuasan kerja merupakan faktor yang sangat penting bagi kehidupan setiap pegawai dalam pekerjaannya. Kepuasan kerja ini dikatakan sangat penting karena menurut teori persepsi nilai Colquitt et.al(2015), kepuasan kerja menyeluruh dipengaruhi oleh lima faktor kepuasan yaitu kepuasan atas kompensasi, kepuasan atas promosi, kepuasan atas supervisi, kepuasan atas rekan kerja dan kepuasan atas pekerjaan itu sendiri.

Pentingnya kepuasan kerja dalam kehidupan pegawai adalah karena sebagian besar dari waktu kehidupannya terlibat di dalam pekerjaan itu sendiri(Ardana, Mujiati, & Utama, 2012). Pada sisi lain, organisasi membutuhkan pegawai yang memiliki kepuasan kerja yang bagus. Dengan pegawai yang memiliki kepuasan kerja yang bagus, organisasi memiliki kesempatan yang besar untuk memberikan kepuasan kepada pemangku

kepentingan lainnya (Mas'ud, 2004). Mengingat bahwa organisasi adalah kumpulan dari anggota yang memiliki tujuan yang sama, maka unsur pegawai sebagai anggota organisasi menjadi unsur yang paling penting.

Beberapa manfaat dari kepuasan kerja pegawai terhadap organisasi antara lain adalah bahwa kepuasan kerja pegawai dapat mengurangi perputaran pegawai, mengurangi kemungkinan mogok, mengurangi keterlambatan masuk kerja dan mengurangi efek negatif lainnya(Mutiara, 2004,). Sebagaimana disebutkan oleh Colquitt et.al(2015), bahwa kepuasan kerja adalah wujud dari yang dirasakan tentang pekerjaan dan tentang yang dipikirkan tentang pekerjaan.

Tingkat kepuasan yang rendah atau ketidakpuasan kerja dapat berpengaruh negatif terhadap faktor lainnya. Menurut Batemen dan Snell (2015) ketidakpuasan kerja dapat mengakibatkan (1) tingginya perputaran pegawai, (2) tingginya

ketidakhadiran kerja, (3) kurangnya rasa memiliki sesama pegawai, (4) tingginya pelanggaran hukum, (5) mogok, (6) pencurian, sabotasi, dan vandalisme, (7) mental dan kesehatan jiwa yang buruk, (8) banyak yang dirugikan, (9) pelayanan pelanggan yang buruk, (10) rendahnya produktivitas dan keuntungan.

Dengan melihat pengaruh positif dan negatif dari unsur kepuasan kerja yang signifikan bagi pegawai dan organisasi, maka kepuasan kerja ini perlu menjadi perhatian untuk dikelola dan ditingkatkan (Sedarmayanti, 2001). Tingkat kepuasan kerja seorang pegawai dapat diukur dengan membandingkan antara harapan dan persepsinya sendiri terhadap lima unsur kepuasan kerja. Sehubungan dengan itu tingkat kepuasan kerja setiap pegawai dalam suatu organisasi dapat berbeda-beda. Tingkat kepuasan pegawai akan tinggi apabila dia memiliki persepsi atas yang diterimanya lebih besar dari harapannya. Atau apabila pekerjaannya memberikan sesuatu yang memiliki nilai bagi pegawai tersebut. Pada saat yang sama pegawai lain dapat merasa bahwa yang mereka peroleh (persepsi) tidak sesuai dengan nilai yang mereka harapkan (Stephen & Judge, 2015).

Di dalam organisasi birokrasi ada kemungkinan akan terdapat perbedaan kepuasan kerja antara lapisan pegawai. Misalnya kepuasan kerja seorang pelaksana dengan kepuasan kerja pejabat struktural akan berbeda. Tingkat kepuasan kerja pejabat struktural dengan pejabat fungsional juga kemungkinan akan berbeda (Sudriamunawar, 2006). Bahkan tingkat kepuasan antara tingkatan pejabat struktural juga dapat berbeda, karena kewenangan dan tanggung jawab masing-masing berbeda.

Pegawai PPSDM yang berjumlah 105 orang yang dapat dikategorikan ke dalam beberapa kelompok, kemungkinan mendapatkan kepuasan kerja yang berbeda. Misalnya kepuasan kerja kelompok pejabat struktural, pelaksana dan fungsional, kemungkinan berbeda karena kompensasi, kesempatan promosi, rekan kerja, supervise dan jenis pekerjaan yang berbeda. Demikian juga kepuasan kerja kelompok menurut golongan II, golongan III dan golongan IV kemungkinan juga berbeda.

Dengan memperhatikan pentingnya kepuasan kerja pegawai pada PPSDM dalam rangka mengelola pelaksanaan tugas dan fungsinya secara efektif dan efisien, sangat perlu dilakukan analisis. Salah satu bentuk analisis yang dapat dilakukan adalah analisis gap antara harapan dan persepsi pada faktor yang memengaruhi kepuasan kerja para pegawainya yaitu kompensasi, promosi, rekan kerja, supervise dan pekerjaan itu sendiri.

Sehubungan dengan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul "Analisis Kepuasan Kerja Pegawai Dengan Analisis Gap dan Kuadran pada Pegawai PPSDM-BPPK-Kemenkeu".

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Pusat Pengembangan dan Pelatihan Sumber Daya Manusia (PPSDM) - Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan (BPPK) Kementerian Keuangan. Jumlah pegawai yang menjadi populasi penelitian ini adalah 105 orang. Dengan mempertimbangkan jumlah populasi yang tidak terlalu besar yaitu 105 orang maka semuanya diambil sebagai sampel atau yang dikenal dengan sampel jenuh. Teknik pengumpulan data lapangan dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner (Siregar, 2013). Menurut Muri (2014), kuesioner adalah suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu yang diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data. Pengujian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan lima opsi jawaban.

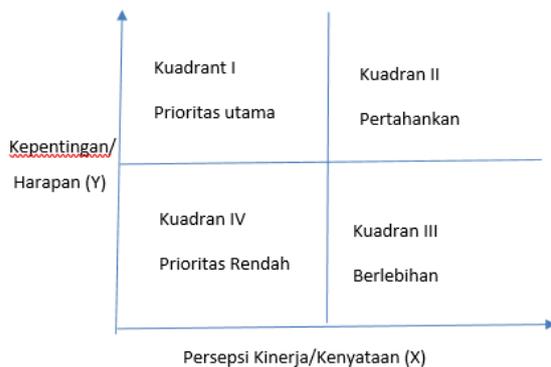
Penelitian ini menggunakan metode survei dengan deskriptif eksplanatif dengan tujuan mendeskripsikan suatu kejadian atau fenomena tertentu. Menurut Sugiyono (2013) menyimpulkan bahwa metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini terdapat enam variabel yaitu kepuasan kerja, kompensasi, promosi, rekan kerja, supervise dan pekerjaan itu sendiri.

Teknik analisis data menggunakan analisis gap (*Gap Analysis*). *Analisis gap* adalah metode untuk mengukur dan mengetahui kesenjangan (*gap*) antara kinerja suatu variabel dengan harapan terhadap variabel tersebut. Dalam penelitian ini tingkat kesenjangan kepuasan kerja pegawai PPSDM diukur dengan membandingkan persepsi pegawai atas variabel kepuasan kerja dengan harapan pegawai. Analisis gap terhadap kepuasan kerja pegawai PPSDM akan menggunakan dua perhitungan, yaitu mencari tingkat kesesuaian dan diagram kartesius (Uma & Bougie, 2010).

Analisis tingkat kesesuaian (TK_i) bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara persepsi variabel (X_i) kepuasan dengan harapan pegawai (Y_i) PPSDM. Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah:

$$TK_i = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Setelah tingkat kesesuaian diukur, selanjutnya peneliti menganalisis lebih lanjut dengan memasukkan hasil yang diperoleh ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius adalah suatu bangun yang terdiri dari atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y). Garis X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan kerja pegawai PPSDM atas seluruh faktor atau atribut. Garis Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja pegawai PPSDM.



Gambar 1. Diagram Kuadran Kartesius

Menurut Supranto (2006) diagram ini terdiri atas empat kuadran yaitu:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I memuat atribut/ Pernyataan yang dianggap penting oleh pegawai namun atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pegawai. Tingkat kinerja dari atribut/ pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pegawai terhadap atribut/ pernyataan tersebut. Atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini menjadi prioritas untuk ditingkatkan kinerjanya supaya kepuasan kerja pegawai dapat memuaskan.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan tersebut penting untuk kepuasan kerja pegawai. Atribut/ pernyataan dalam kuadran II ini wajib dipertahankan untuk waktu yang akan datang karena dianggap sangat penting/ diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pegawai dan pada kenyataannya persepsi pegawai tidak terlalu istimewa/ biasa saja. Maksudnya atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat harapan yang rendah dan persepsi pegawai juga rendah. Perbaikan terhadap atribut/ pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/ pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pegawai itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/ pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

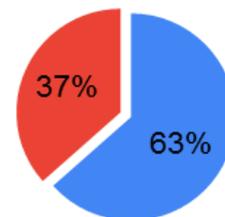
Kuadran IV (Berlebihan)

Pada Kuadran IV ini atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pegawai,

akan tetapi pegawai memiliki persepsi yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pegawai. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan yang memengaruhi kepuasan kerja pegawai dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Kondisi ini disebabkan pegawai menganggap tidak terlalu penting/ kurang diharapkan terhadap adanya atribut/ pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 105 orang responden yang diberikan kuesioner, hanya 93 orang atau 89,52 persen yang mengisi kuesioner secara lengkap. Jika dilihat dari jenis kelamin pada Gambar 2, jumlah responden yang mengisi kuesioner terdiri dari 59 orang (63 persen) pria dan 34 orang 37% wanita. Dalam organisasi ini lebih didominasi oleh pegawai pria.



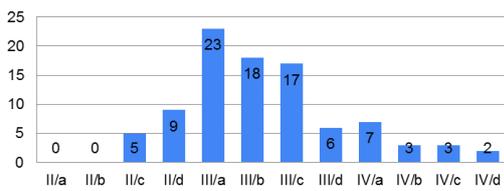
Gambar 2. Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jika dilihat berdasarkan usia responden didominasi oleh pegawai usia muda. Jumlah responden yang mengisi kuesioner menurut usia terdiri dari 64% berusia 22 sampai 35 tahun, usia 36 sampai 50 tahun 24%, dan yang berusia 50 tahun ke atas 12%. Proporsi ini digambarkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Proporsi Responden Berdasarkan Usia

Jika dilihat berdasarkan golongan pegawai, proporsi responden paling banyak adalah pegawai golongan III yaitu sebanyak 54 orang dari 94 orang responden. Sedangkan proporsi terkecil adalah golongan IV-d yang merupakan para pimpinan. Responden menurut golongan digambarkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Proporsi Responden Berdasarkan Golongan

Jika dilihat menurut kelas jabatan poporsi responden menurut jenis jabatan paling banyak adalah jabatan pelaksana sebanyak 74 persen. Proporsi terendah adalah eselon 3 sebesar 2 persen. Proorsi responden menurut jabatan digambarkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Proporsi Responden Berdasarkan Jabatan

Analisis Gap

Untuk melakukan analisis Gap ini, peneliti mengukur tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Metode ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara persepsi variable kepuasan dengan harapan pegawai PPSDM. Atau untuk mengetahui seberapa besar pegawai PPSDM merasa puas terhadap kinerja organisasi dalam memberikan kepuasan kerja pegawai. Hasil analisis data telah menghasilkan tingkat kesesuaian yang disajikan pada Tabel 1.

1. Terdapat empat item yang tingkat kesesuaian kepuasan kerja pegawai yang lebih besar dari

100%, yang memberikan kepuasan kerja yang melebihi apa yang dianggap penting oleh pegawai atau pelayanan sangat memuaskan. Keempat item tersebut adalah pada item rekan kerja 2 yaitu merasakan pengakuan keterlibatan pegawai dalam tim kerja, item rekan kerja 3 yaitu adanya metode penyelesaian konflik oleh lembaga dan item 4 rekan kerja yaitu adanya kesempatan memberikan usulan, dan item supervisi 6 yaitu atasan memberikan pujian dan umpan balik dan dukungan dalam bekerja.

2. Terdapat 25 item lainnya yang tingkat kesesuaian kepuasan kerja pegawai yang lebih kecil dari 100%. Artinya organisasi memberikan kepuasan kerja yang kurang memenuhi apa yang dianggap penting oleh pegawai atau pelayanan belum memuaskan. Tingkat kesesuaian dibawah 100% ini masuk dalam kategori antara 66-99% yaitu pegawai kurang puas. Dari 25 Item tersebut item yang tingkat kesesuaian yang paling kecil adalah pada item kuesioner 5 pada pekerjaan itu sendiri yaitu beban kerja tidak sesuai dengan porsi dan kemampuan dengan nilai 92,03%.
3. Terdapat sembilan item yang memiliki Gap tertinggi (di atas -0,25) adalah item Pekerjaan 5 (beban kerja sesuai porsi dan kemampuan) dengan Gap -0,33, pekerjaan 1 (lingkungan fisik) dengan Gap -32, promosi 2 (penghargaan atas prestasi kerja) dengan Gap -0,26, supervisi 2 (atasan memberikan solusi) dengan Gap -0,26, pekerjaan 2 (dukungan fasilitas di tempat kerja) dengan Gap -0,26, pekerjaan 8 (kejelasan pola kerja) dengan Gap -0,26, supervisi 1 (atasan memberikan masukan) Gap -0,25, supervisi 3 (atasan adil dan menghargai) dengan Gap -0,25, supervisi 4 (adil menilai prestasi kerja) dengan Gap -0,25. Dilihat dari 9 item ini yang paling bermasalah dalam kepuasan kerja pegawai adalah pada faktor pekerjaan itu sendiri, promosi, dan faktor supervisi

Tabel 1. Tingkat Kesesuaian Responden

No.	Item	Bobot Harapan	Bobot Persepsi	Mean Harapan	Mean Persepsi	Gap	Tingkat Kesesuaian	Rerata
1	kompensasi1	399	382	4,29	4,11	-0,18	95,74%	
2	kompensasi2	402	384	4,32	4,13	-0,19	95,52%	
3	kompensasi 3	397	377	4,27	4,05	-0,22	94,96%	95,41%
4	promosi1	350	337	3,76	3,62	-0,14	96,29%	94,99%
5	promosi2	380	356	4,09	3,83	-0,26	93,68%	
6	rekan1	402	399	4,32	4,29	-0,03	99,25%	
7	rekan2	383	386	4,12	4,15	0,03	100,78%	
8	rekan3	390	400	4,19	4,30	0,11	102,56%	
9	rekan4	388	393	4,17	4,23	0,05	101,29%	
10	rekan5	393	389	4,23	4,18	-0,04	98,98%	
11	rekan6	400	384	4,30	4,13	-0,17	96,00%	99,37%

12	rekan7	395	382	4,25	4,11	-0,14	96,71%	
13	supervisi1	394	371	4,24	3,99	-0,25	94,16%	
14	supervisi2	402	378	4,32	4,06	-0,26	94,03%	
15	supervisi3	402	379	4,32	4,08	-0,25	94,28%	
16	supervisi4	400	377	4,30	4,05	-0,25	94,25%	
17	supervisi5	393	379	4,23	4,08	-0,15	96,44%	
18	supervisi6	370	375	3,98	4,03	0,05	101,35%	
19	supervisi7	371	356	3,99	3,83	-0,16	95,96%	96,09%
20	supervisi8	394	387	4,24	4,16	-0,08	98,22%	
21	pekerjaan1	380	350	4,09	3,76	-0,32	92,11%	
22	pekerjaan2	393	369	4,23	3,97	-0,26	93,89%	
23	pekerjaan3	401	394	4,31	4,24	-0,08	98,25%	
24	pekerjaan4	393	364	4,23	3,91	-0,31	92,62%	
25	pekerjaan5	389	358	4,18	3,85	-0,33	92,03%	
26	pekerjaan6	395	376	4,25	4,04	-0,20	95,19%	
27	pekerjaan7	383	366	4,12	3,94	-0,18	95,56%	
28	pekerjaan8	385	361	4,14	3,88	-0,26	93,77%	94,28%
29	pekerjaan9	390	371	4,19	3,99	-0,20	95,13%	

Tabel 2. Peringkat Rerata Tingkat Kesesuaian

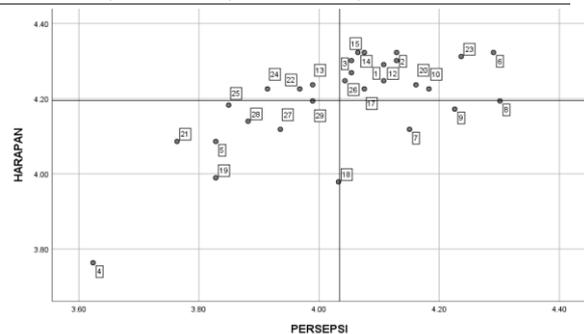
No	Faktor	Rerata dalam %	Keterangan
1	Rekan Kerja	99,37	kurang puas
2	Supervisi	96,09	kurang puas
3	Kompensasi	95,41	kurang puas
4	Promosi	94,99	kurang puas
5	Pekerjaan itu sendiri	94,28	kurang puas

Tingkat kepuasan kerja rata-rata pegawai PPSDM 96,03

Jika dilihat secara rerata tingkat kesesuaian per faktor yang memengaruhi kepuasan kerja disajikan pada Tabel 2 dimana tingkat kepuasan pegawai PPSDM adalah 96,03% atau masuk dalam golongan di antara 66%-99% atau masuk dalam kategori kurang puas. Data tentang rerata kesesuaian, peringkat kesesuaian, dan Tingkat kepuasan kerja pegawai PPSDM disajikan pada Tabel 2.

Setelah tingkat kesesuaian diukur, tahap selanjutnya adalah menganalisis lebih lanjut dengan memasukkan hasil yang diperoleh ke dalam diagram kartesius. Diagram kartesius adalah suatu bangun yang terdiri dari atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y). Garis X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan kerja pegawai PPSDM atas seluruh faktor atau atribut.

Garis Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja pegawai PPSDM. Diagram Kartesius disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Diagram Kartesius Hasil Penelitian

Adapun penjelasan dari diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran yaitu

1. Peta Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut kepuasan kerja pegawai PPSDM yang berada pada kuadran ini adalah atribut 13, 22, 24, dan 25. Atribut 13 berarti masukan dari atasan untuk memperbaiki kinerja masih kurang. Atribut 22 adalah Belum tersedianya dukungan fasilitas di tempat kerja (ruangan, komputer, mesin cetak, dll). Atribut 24 adalah Prosedur kerja di lapangan belum cukup jelas, dan atribut 25 adalah pegawai memperoleh beban kerja yang belum sesuai dengan porsi dan kemampuan.

Item yang masuk pada Kuadran I ini memuat atribut/ Pernyataan yang dianggap penting oleh pegawai namun atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pegawai. Tingkat kinerja dari atribut/ pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pegawai terhadap atribut/ pernyataan tersebut. Atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini menjadi prioritas untuk ditingkatkan kinerjanya supaya kepuasan kerja pegawai dapat memuaskan.

2. Peta Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut kepuasan kerja yang masuk dalam kuadran II ini adalah atribut nomor 1, 2, 3, 6, 10, 12, 15, 20, 23, dan 26. Atribut 1, 2, dan 3 adalah atribut kompensasi, yaitu sistem distribusi gaji, besaran gaji dan tunjangan sudah

memuaskan. Atribut 6 adalah diperhitungkannya aspek kreativitas dan daya cipta pegawai dalam promosi. Atribut 10,12 dan 15 adalah kesempatan untuk memberikan usulan kepada rekan rekan memuaskan. Atribut 20 adalah adanya kepedulian dan keadilan dari atasan. Atribut 23 adalah atribut kesempatan untuk mengembangkan karir oleh atasan. Atribut 26 adalah atribut kesempatan pegawai untuk memanfaatkan kemampuan dan keahlian menyelesaikan pekerjaan.

Atribut yang masuk pada kuadran II ini memiliki tingkat harapan yang tinggi dan persepsi yang tinggi juga. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ Pernyataan tersebut penting untuk kepuasan kerja pegawai. Atribut/ Pernyataan dalam kuadran II ini wajib dipertahankan untuk waktu yang akan datang karena dianggap sangat penting/ diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

3. Peta Kuadran III (Berlebihan)

Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah 7,8,9 dan 17, 18. Atribut 7,8 dan 9 adalah atribut kerja sama antar rekan kerja, pengakuan partisipasi, dan adanya metode penyelesaian konflik dalam tim. Atribut 17 dan 18 adalah atribut untuk atasan yang mau mendengarkan masukan dan memberikan pujian ke pegawai.

Item yang masuk pada Kuadran III ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pegawai, akan tetapi pegawai memiliki persepsi yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pegawai. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ Pernyataan yang memengaruhi kepuasan kerja pegawai dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Kondisi ini disebabkan pegawai menganggap tidak terlalu penting/ kurang diharapkan terhadap adanya atribut/ Pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.

4. Peta Kuadran IV (Prioritas Rendah)

Atribut yang masuk pada kuadran IV ini adalah atribut 4,5,19,21,27,28, dan 29. Atribut 4 dan 5 adalah atribut formasi dan prestasi kerja untuk promosi. Atribut 19 adalah atribut masukan, bantuan dan penilaian dari atasan atau supervisi. Atribut 21 adalah atribut untuk kondisi fisik kerja atau lingkungan fisik kerja. Atribut 27,28 dan 29 adalah atribut kebebasan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan, kejelasan prosedur dan adanya feedback hasil pekerjaan.

Item yang masuk pada kuadran IV ini dianggap kurang penting oleh pegawai dan pada kenyataannya persepsi pegawai tidak terlalu istimewa/biasa saja. Maksudnya atribut/ Pernyataan yang terdapat dalam kuadran

ini memiliki tingkat harapan yang rendah dan persepsi pegawai juga rendah. Perbaikan terhadap atribut/ Pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/ Pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pegawai itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/ Pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

Penggunaan analisis gap dan kuadran memberikan masukan yang cukup baik untuk melihat perbedaan antara harapan dan realita yang dihadapi karyawan sebagai penggunaan analisis gap pada penelitian Febriyanto(2011). Dari sisi hasil penelitian ini senada dengan penelitian Sirajuddin, dkk(2020) kondisi lingkungan kerja yang nyaman, pemberian insentif sesuai hasil produksi, dan suasana kerja yang nyaman dapat meningkatkan kepuasan karyawan.

Dalam artikel ini, penulis hanya menggunakan analisis gap dan kuadran, tidak menggunakan analisis lanjutan menggunakan AHP dalam melihat secara mendalam item yang membentuk kepuasan kinerja sebagaimana yang dilakukan Setyowati (2013). Penggunaan analisis gap dan kuadran ini hanya membandingkan antara harapan dan realita yang dialami oleh responden.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas terdapat beberapa kesimpulan yang didapat. Tingkat kepuasan pegawai PPSDM masuk dalam kategori kurang puas yaitu pada nilai 96,03% atau berada pada kategori 66% sampai dengan 99%. Tingkat kesesuaian kepuasan kerja pegawai 100%, berarti organisasi memberikan kepuasan kerja yang memenuhi apa yang dianggap penting oleh pegawai atau pelayanan telah memuaskan. Faktor kompensasi relatif sudah memberikan kepuasan kepada pegawai. Faktor ini merupakan faktor penting bagi pegawai dan menurut persepsi pegawai sudah relatif memuaskan. Faktor promosi relatif kurang memuaskan pegawai dengan tingkat kesesuaian 94,99%. Namun faktor promosi ini dalam diagram kartesius masuk di kuadran IV yaitu prioritas rendah. Faktor rekan kerja dengan tingkat kesesuaian 99,37% merupakan faktor yang paling tinggi yang menunjang kepuasan kerja pegawai. Pegawai menganggap rekan kerja penting dan persepsi terhadap rekan kerja memuaskan.

Faktor atasan atau supervisi mendapat nilai 96,09% dan berada pada posisi kedua yang memuaskan pegawai. Pegawai menganggap faktor atasan atau supervisi penting dan persepsi pegawai relatif memuaskan. Faktor pekerjaan itu sendiri dengan rerata kesesuaian 94,28% menjadi faktor yang paling rendah dalam menunjang kepuasan pegawai PPSDM. Atribut yang menjadi masalah

dalam pekerjaan itu sendiri adalah belum tersedianya dukungan fasilitas di tempat kerja (ruangan, komputer, mesin cetak, dll), prosedur kerja di lapangan belum cukup jelas, dan pegawai memperoleh beban kerja yang belum sesuai dengan porsi dan kemampuan. Pekerjaan itu sendiri dianggap tinggi oleh pegawai dan persepsi pegawai adalah sedang.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah Agar PPSDM dan BPPK secara keseluruhan melakukan evaluasi terhadap kepuasan kerja pegawai PPSDM. Selanjutnya memberikan perhatian untuk meningkatkan kepuasan kerja pegawai sampai diatas 100%. Kepuasan kerja pegawai akan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. PPSDM dan BPPK agar mempercepat fungsionalisasi pegawai sebagai alternatif untuk promosi, karena jabatan struktural yang terbatas. PPSDM dan BPPK agar meningkatkan kemampuan pejabat struktural dalam bidang mengelola organisasi. Kelemahan dalam mengelola organisasi akan berakibat terhadap kesulitan pegawai dalam melaksanakan tugasnya. PPSDM dan BPPK melakukan revaluasi terhadap setiap pekerjaan pegawai agar pegawai dapat bekerja dengan lebih leluasa. Fasilitas kerja agar dilengkapi sesuai dengan kebutuhan, prosedur kerja diperjelas, dan beban kerja disesuaikan dengan kapasitasnya. Terhadap masing-masing pegawai diberikan pemberdayaan dalam menyelesaikan tugasnya, agar tidak terlalu tergantung kepada atasan.

REFERENSI

- Ardana, I. K., Mujiati, N. W., & Utama, I. W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Batemen, & Snelt. (2015). *Management*. 11Th Edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Febriyanto. (2011). Analisis Gap Harapan Dan Kinerja Berdasarkan Persepsi Pengunjung Taman Nasional Way Kambas di Lamung Timur. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 53-68, DOI: <http://dx.doi.org/10.36448/jmb.v2i1.48>.
- Mas'ud, F. (2004). *Survai diagnosis organisasional*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Muri, Y. (2014). *Metode Penelitian*, edisi pertama. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mutiara, P. (2004,). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sedarmayanti. (2001). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Setyowati, S. (2013). Analisa Evaluasi Kinerja Pegawai untuk Promosi Jabatan Menggunakan Model Hybrid Gap-Analysis AHP. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, (hal. 22-30). Yogyakarta, <https://journal.uui.ac.id/Snati/article/view/3016>.
- Sirajuddin, Sari, C. A., & Hasanuddin. (2020). Mengukur tingkat kepuasan karyawan pada perusahaan reparasi mesin industri dengan menggunakan metode importance performance analysis. *Teknika: Jurnal Sains dan Teknologi*, 16(1), 113-121, DOI: <http://dx.doi.org/10.36055/tjst.v16i1.8042>.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Stephen, .. R., & Judge, T. A. (2015). *Organizational Behaviour*. 16th Edition. England: Pearson.
- Sudriamunawar, H. (2006). *Kepemimpinan, peran serta dan produktivitas*. Bandung: Mandar Maju.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Uma, S., & Bougie, R. (2010). *Reseach Methods For Business*. John Wiley & Sons: United Kingdom.

Pengaruh Likuiditas dan Efisiensi Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan Kategori Pariwisata, Restoran, dan Hotel

Dian Kurnianingrum¹, Nugraha², Maya Sari³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: ¹dian_k@upi.edu

Diterima	Direvisi	Disetujui
16-08-2021	11-09-2021	14-09-2021

Abstrak - Kondisi pandemi Covid-19 cukup memukul kondisi pariwisata Indonesia, namun sektor pariwisata masih memiliki peluang untuk kembali mencapai kondisi puncak dan menjadi penopang bagi pelaku usaha lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi likuiditas, efisiensi, dan harga saham dari perusahaan terbuka yang bergerak pada sektor pariwisata, restoran, dan hotel secara keseluruhan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif dari kondisi likuiditas dan efisiensi keuangan terhadap harga saham perusahaan. Data diambil pada tahun 2016-2017 pada saat kondisi pariwisata di Indonesia berada dalam keadaan normal, agar bisa menggambarkan perilaku investor pada masa normal. Ada tiga hipotesis yang diuji dalam penelitian ini. Hipotesis pertama Current Ratio (CR) memberikan pengaruh positif atas harga saham. Hipotesis kedua Return on Asset (ROA) memberikan pengaruh positif atas harga saham, dan hipotesis ketiga (H3) adalah Return on Equity (ROE) memberikan pengaruh positif atas harga saham. Berdasarkan data yang dikumpulkan, kondisi likuiditas dan efisiensi dari perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, hotel dan restoran dinilai cukup sehat. Namun, CR, ROA, dan ROE tidak memberikan pengaruh kepada harga saham. Pengaruhnya bahkan dinilai lemah. Sehingga bisa disimpulkan bahwa likuiditas dan efisiensi keuangan tidak mempengaruhi harga saham dari perusahaan kategori pariwisata, restoran, dan hotel. Ada variabel lain yang mempengaruhi harga saham dari industri tersebut.

Kata Kunci: efisiensi, harga saham, likuiditas, pariwisata

Abstract - The Covid-19 pandemic has hit hard Indonesia's tourism sector. However, the tourism sector still can return to its peak conditions and become the support for another business sector. This research aims to determine the condition of liquidity, efficiency, and stock prices of public companies engaged in the tourism, restaurant, and hotel sectors as a whole. This research also aims to determine whether there is a positive influence of liquidity conditions and financial efficiency on the company's stock price. The data was taken in 2016-2017, when tourism conditions in Indonesia were in normal condition, to describe investors' behavior in regular times. There are three hypotheses tested in this study. The first hypothesis is Current Ratio (CR) has a positive influence on stock prices. The second hypothesis is that Return on Assets (ROA) has a positive effect on stock prices, and the third hypothesis is that Return on Equity (ROE) positively impacts stock prices. Based on the data collected, the liquidity and efficiency conditions of companies engaged in tourism, hotels, and restaurants are considered relatively healthy. But, CR, ROA, and ROE do not affect stock prices. Its influence is even regarded as weak. Researchers can conclude that liquidity and financial efficiency do not affect companies' stock prices in tourism, restaurants, and hotels. Other variables affect the stock price of the industry.

Keywords: efficiency, liquidity, stock price, tourism

PENDAHULUAN

Pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data, pada tahun 2019 sektor pariwisata menyumbang 4,8% dari PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia (Lokadata, n.d.). Walaupun hanya menyumbang 4,8%, sektor pariwisata dianggap cukup penting karena sektor tersebut menjadi jangkar bagi para pelaku usaha

lainnya termasuk UMKM (Usaha Kecil Menengah) (CNN Indonesia, 2020).

Kondisi pandemi Covid-19 cukup memukul kondisi pariwisata Indonesia, namun sektor pariwisata masih memiliki peluang untuk kembali mencapai kondisi puncak dan menjadi penopang bagi pelaku usaha lainnya. Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh likuiditas dan efisiensi keuangan dari perusahaan yang bergerak pada bidang

pariwisata, restoran, dan hotel terhadap harga saham. Data diambil dari Ringkasan Performa Perusahaan Tercatat yang ada di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2016-2017 pada saat kondisi pariwisata di Indonesia berada dalam keadaan normal, agar bisa menggambarkan perilaku investor pada masa normal.

Saat kinerja keuangan suatu perusahaan dinilai baik, secara teori hal tersebut mampu memberikan sinyal positif kepada investor. Sebuah sinyal apabila diinterpretasikan oleh penerima akan mendorong perilaku tertentu (Connelly et al., 2011). Sinyal positif perusahaan diharapkan mampu menaikkan permintaan akan saham, sehingga harganya meningkat. Namun apabila terjadi asimetri informasi, maka penilaian investor bisa terdistorsi (Cohen & Dean, 2005).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi likuiditas, efisiensi, dan harga saham dari perusahaan terbuka yang bergerak pada sektor pariwisata, restoran, dan hotel secara keseluruhan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif dari kondisi likuiditas dan efisiensi keuangan terhadap harga saham perusahaan.

Berdasarkan tujuan di atas rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut: pertama bagaimana kondisi likuiditas, efisiensi, dan harga saham perusahaan terbuka yang bergerak pada sektor pariwisata, restoran, dan hotel. Kedua apakah kondisi likuiditas keuangan perusahaan berpengaruh positif kepada harga saham perusahaan. Dan terakhir, apakah kondisi efisiensi keuangan perusahaan berpengaruh positif kepada harga saham perusahaan.

Pada perusahaan terbuka, investor bisa memahami kinerja perusahaan dengan cara menganalisa laporan keuangan. Laporan keuangan bisa dianalisa dengan menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variable keuangan pada waktu yang sama, atau menggambarkan hubungan antara variable keuangan pada waktu yang berbeda (Leach & Melicher, 2018). Rasio keuangan yang biasa digunakan untuk menilai kinerja perusahaan, yaitu: rasio likuiditas, rasio aktivitas/ periode konversi, rasio rentabilitas/ hutang, rasio profitabilitas dan rasio efisiensi (Leach & Melicher, 2018). Penelitian ini fokus untuk menilai kinerja dari sisi likuiditas dan efisiensi perusahaan.

Rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang jangka pendeknya dengan asset lancar. Sedangkan rasio efisiensi menggambarkan kemampuan sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Leach & Melicher, 2018).

Rasio yang biasa digunakan untuk menganalisa likuiditas di perusahaan terbuka adalah current ratio (CR). Current ratio dihitung dengan cara membandingkan harta lancar dengan hutang lancar perusahaan. Rasio tersebut dinilai sehat apabila nilainya lebih besar atau sama dengan satu (Leach & Melicher, 2018).

Efisiensi perusahaan dalam laporan keuangan yang dipublikasikan, dilambangkan dengan rasio ROA (Return on Asset) dan ROE (Return on Equity). ROA menggambarkan kemampuan harta perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Dan ROE digunakan untuk menggambarkan kemampuan modal perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Nilai ROA dihitung dengan membandingkan laba bersih dengan nilai total harta. Nilai ROE dinilai dengan membandingkan laba bersih dengan total modal perusahaan. Nilai kedua rasio efisiensi ini semakin besar semakin baik (Leach & Melicher, 2018).

Pengaruh kinerja perusahaan terhadap harga saham pernah diteliti oleh beberapa peneliti lain. Namun penelitian tersebut dilakukan pada kategori perusahaan yang berbeda atau dilakukan pada periode yang berbeda.

Supriadi dkk (2013) meneliti pengaruh Earning per Share (EPS), ROA, Operating Profit Margin (OPM) terhadap harga saham (Supriadi & Ariffin, 2013). Penelitian ini dilakukan pada rentang tahun 2006-2010 pada perusahaan semen di Indonesia yaitu PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. dan PT Holcim Indonesia Tbk. Menurut hasil penelitian OPM di PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk. berpengaruh signifikan terhadap perubahan harga saham, namun di PT Holcim Indonesia Tbk. OPM tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perubahan harga saham. ROA dan EPS di kedua perusahaan tidak memberikan pengaruh signifikan kepada harga saham, sehingga peneliti menyimpulkan adanya pengaruh eksternal lain yang mempengaruhi harga saham.

A. Rusli, dkk (2014) meneliti pengaruh rasio keuangan (ROA dan ROE) terhadap harga saham pada bank BUMN (Rusli & Dasar, 2014). Penelitian dilakukan pada periode 2009-2013. Hasilnya ROA memberikan pengaruh signifikan sedangkan ROE tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

E. Setiyono, dkk (2016) meneliti pengaruh CR, Debt to Equity Ratio (DER), ROA, EPS dan ukuran perusahaan terhadap return saham di 22 perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Setiyono, 2016). Penelitian dilakukan pada tahun 2012-2014. Hasilnya, hanya DER dan EPS yang berpengaruh positif terhadap return saham. Variabel lain tidak memberikan pengaruh.

J. Ponggohong, dkk (2016) meneliti bagaimana kinerja perusahaan mempengaruhi harga saham (Ponggohong et al., 2016). Rasio kinerja yang dijadikan tolak ukur adalah CR, Total Asset Turn Over (TATO), DER, Debt to Asset Ratio (DAR), ROA, dan ROE. Penelitian dilakukan terhadap 16 perusahaan ritel yang terdaftar di BEJ. Dari hasil uji F diketahui bahwa seluruh variable memberikan pengaruh signifikan terhadap harga saham. Berdasarkan hasil uji t hanya CR, ROA, dan ROE yang memberikan pengaruh signifikan terhadap harga saham.

L. Pratami Putri (2017) meneliti pengaruh profatibilitas pada harga saham perusahaan tambang batu bara di Indonesia (Putri, 2017). Peneliti menggunakan data ROA dan ROE pada tahun 2010-2013 dari 10 perusahaan batu bara di Indonesia. Hasil penelitian adalah, ROA dan ROE perusahaan dinilai tidak memberikan pengaruh signifikan kepada harga saham, bahkan kontribusi pengaruhnya dinilai lemah.

Penelitian berjudul “Pengaruh Likuiditas dan Efisiensi Keuangan terhadap Harga Saham Perusahaan Kategori Pariwisata, Restoran, dan Hotel” bertujuan untuk mengetahui apakah likuiditas dan efisiensi perusahaan mampu mempengaruhi harga saham dari perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, restoran, dan hotel. Likuiditas dan efisiensi perusahaan seharusnya mampu memberikan sinyal positif kepada investor sehingga harga saham perusahaan meningkat.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu signal yang diberikan kepada investor yang secara teori bisa mempengaruhi harga saham. Pada beberapa penelitian sebelumnya disimpulkan tidak semua variable kinerja keuangan memberikan efek positif pada kenaikan harga saham. Dengan penelitian ini peneliti ingin memastikan bagaimana efek kinerja keuangan terutama kinerja likuiditas dan efisiensi terhadap harga saham perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak pada bidang pariwisata, restoran, dan hotel. Sektor pariwisata, restoran, dan hotel adalah salah satu penopang utama PDB (Pendapatan Domestik Bruto) dari Indonesia. Kemajuan di sektor tersebut harus didukung oleh pengelolaan keuangan yang tepat sehingga mampu menjadi industri yang berkelanjutan hingga masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menguji pengaruh rasio likuiditas keuangan yaitu Current Ratio/ CR (X1), dan rasio efektifitas keuangan yaitu Return on Asset/ ROA (X2) dan Return on Equity/ ROE(X3), pada harga saham (Y). Model persamaan dari penelitian ini adalah model struktural persamaan tunggal. Model struktural persamaan tunggal dianalisa dengan menggunakan analisa regresi data panel.

Data penelitian yang digunakan adalah data panel. Peneliti menggunakan data cross section dan data time series. Data cross section yang digunakan berbentuk data perusahaan yang bergetak di bidang pariwisata, restoran, dan hotel, dan telah listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data time series yang digunakan adalah nilai rasio CR, ROA, ROE, dan harga saham dari masing-masing perusahaan pada tahun 2016 dan 2017.

Terdapat 21 perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, restoran, dan hotel yang memenuhi syarat penelitian. Perusahaan yang diteliti tidak hanya telah listing di BEI namun juga telah

mempublikasikan laporan keuangannya pada tahun 2016 dan 2017.

Data rasio dan harga saham dari masing-masing perusahaan diambil dari website BEI. Data diambil pada bulan November 2020 dari Ringkasan Performa Perusahaan Tercatat (Bursa Efek Indonesia, 2020). Harga saham yang diambil adalah harga saham penutup (*closing price*) pada tanggal 31 Desember pada masing-masing tahun.

Penelitian ini memiliki 3 variabel independen yaitu X1 (CR), X2 (ROA), dan X3 (ROE). Masing-masing independen variable akan diuji pengaruhnya terhadap variable dependent (Y) yaitu harga saham. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dari penelitiannya ini adalah sebagai berikut:

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menguji pengaruh rasio likuiditas keuangan yaitu Current Ratio/ CR (X1), dan rasio efektifitas keuangan yaitu Return on Asset/ ROA (X2) dan Return on Equity/ ROE(X3), pada harga saham (Y). Model persamaan dari penelitian ini adalah model struktural persamaan tunggal. Model struktural persamaan tunggal dianalisa dengan menggunakan analisa regresi data panel.

Data penelitian yang digunakan adalah data panel. Peneliti menggunakan data *cross section* dan data time series. Data cross section yang digunakan berbentuk data perusahaan yang bergetak di bidang pariwisata, restoran, dan hotel, dan telah listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data time series yang digunakan adalah nilai rasio CR, ROA, ROE, dan harga saham dari masing-masing perusahaan pada tahun 2016 dan 2017.

Terdapat 21 perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, restoran, dan hotel yang memenuhi syarat penelitian. Perusahaan yang diteliti tidak hanya telah *listing* di BEI namun juga telah mempublikasikan laporan keuangannya pada tahun 2016 dan 2017.

Data rasio dan harga saham dari masing-masing perusahaan diambil dari website BEI. Data diambil pada bulan November 2020 dari Ringkasan Performa Perusahaan Tercatat (Bursa Efek Indonesia, 2020). Harga saham yang diambil adalah harga saham penutup (*closing price*) pada tanggal 31 Desember pada masing-masing tahun.

Penelitian ini memiliki 3 variabel independen yaitu X1 (CR), X2 (ROA), dan X3 (ROE). Masing-masing independen variable akan diuji pengaruhnya terhadap variable dependent (Y) yaitu harga saham. Berdasarkan penelitian sebelumnya, diketahui bahwa Current Ratio memberikan pengaruh pada harga saham perusahaan (Ponggohong et al., 2016). Return on Asset (ROA) dan Return on Equity (ROE) juga memberikan pengaruh terhadap harga saham (Ponggohong et al., 2016; Putri, 2017; Rusli & Dasar, 2014; Setiyono, 2016). Sehingga bisa diputuskan, hipotesis dari penelitiannya ini adalah sebagai berikut:

H1 Current Ratio (CR) memberikan pengaruh positif atas harga saham.

H2 Return on Asset (ROA) memberikan pengaruh positif atas harga saham.

H3 Return on Equity (ROE) memberikan pengaruh positif atas harga saham.

Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan bantuan program statistik evIEWS 10 agar dapat ditarik kesimpulan apakah independent variable yaitu CR, ROA, dan ROE memberikan pengaruh positif atas variable dependen yaitu harga saham.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalah dari penelitian ini, pertama adalah bagaimana kondisi likuiditas, efisiensi, dan harga saham dari perusahaan terbuka yang bergerak dalam bidang pariwisata, restoran, dan hotel. Kedua adalah bagaimana pengaruh kondisi likuiditas, dan yang ketiga adalah bagaimana pengaruh kondisi efisiensi perusahaan pada harga saham. Beberapa kesimpulan bisa ditarik setelah data dianalisa menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi data panel.

Kondisi Likuiditas dari Perusahaan

Kondisi likuiditas perusahaan tercermin dari current ratio perusahaan. Current ratio membandingkan nilai harta lancar dengan nilai hutang lancar. Dari rasio ini investor bisa menganalisa kemampuan perusahaan untuk membayar hutang jangka pendeknya. Semakin besar nilai current ratio semakin baik kemampuan perusahaan untuk membayar hutang jangka pendeknya.

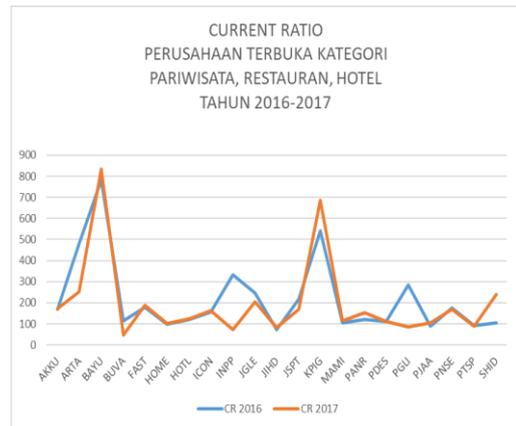
Tabel 1 Sebaran Data Penelitian

Jumlah Data	21 perusahaan			
Tahun Observasi	2016-2017			
Jumlah Data Panel	42 data			
	CR	ROA	ROE	HARGA SAHAM
MEAN	208,69	2,70	4,75	1.057,17
MAX	834,56	12,72	15,99	1.300,00
MIN	48,24	-1,74	2,56	50,00

Berdasarkan data dari tabel 1 bisa disimpulkan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, restoran dan hotel memiliki proporsi current ratio yang cukup baik. Nilai minimum dari CR perusahaan adalah 48,24 dengan rata-rata CR 208,69. Artinya perusahaan dalam kategori ini minimum memiliki harta lancar 48,24 kali lebih banyak dari pada hutang lancarnya. Perusahaan dalam kategori ini rata-rata ternyata, memegang harta lancar sebanyak 208,69 kali lebih banyak dari hutang

lancarnya. Bahkan berdasarkan data, nilai CR tertinggi ada pada angka 834,56 artinya perusahaan tersebut memegang harta lancar 834,56 kali lebih banyak dari pada hutang lancarnya.

Data tersebut menandakan, perusahaan yang bergerak pada bidang pariwisata, resatauran, dan hotel, rata-rata hanya memiliki jumlah harta lancar yang lebih banyak dibandingkan hutang jangka pendeknya.

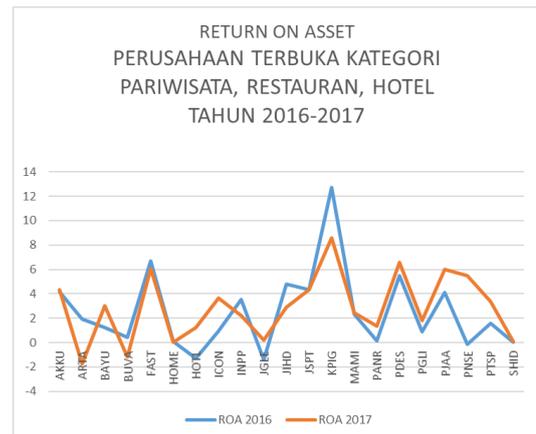


Sumber: www.idx.co.id

Gambar 1. Current Ratio dari Perusahaan

Kondisi Efisiensi dari Perusahaan

Kondisi efisiensi perusahaan dicerminkan oleh nilai Return on Asset dan Return on Equity. ROA menggambarkan kemampuan asset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, sedangkan ROE memberikan informasi tentang kemampuan modal perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.



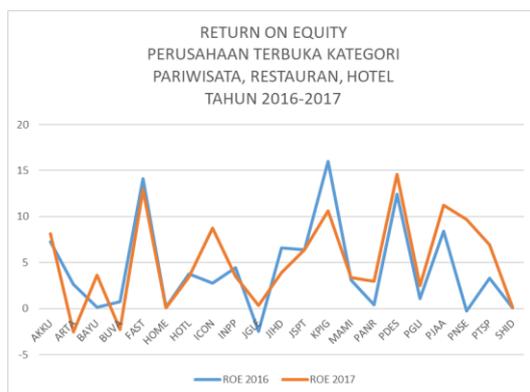
Sumber: www.idx.co.id

Gambar 2. Return on Asset dari Perusahaan
Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan data di table 1, nilai ROA rata-rata perusahaan adalah 2,7. Artinya, kemampuan asset perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, restoran, dan hotel dalam menghasilkan keuntungan cukup besar. Perusahaan dalam bidang

tersebut rata-rata bisa menghasilkan keuntungan 2,7 kali lipat dari asset. Walaupun beberapa perusahaan mencatat kerugian pada rentang tahun 2016-2017, namun jumlah perusahaan yang mengalami kerugian tersebut tidak banyak.

Berdasarkan table 1, Nilai ROE rata-rata perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, restoran, dan hotel adalah 4,75. Artinya modal yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan keuntungan sebanyak 4,75 kali lipat. Nilai minimum ROE adalah -2,56. Nilai minus menggambarkan adanya perusahaan yang mengalami kerugian. Berdasarkan gambar 3 ada dua perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2016 dan ada dua perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2017.



Sumber: www.idx.co.id

Gambar 3. Return on Equity dari Perusahaan

Kondisi Harga Saham Perusahaan

Harga saham perusahaan terendah adalah 50 rupiah, yaitu saham PT. Mas Murni Indonesia Tbk. (MAMI) pada tahun 2016. Harga saham tertinggi adalah 7.300 rupiah, yaitu saham tahun 2016 milik PT. Pioneerindo Gourmet International Tbk. (PTSP). Harga saham rata-rata perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, restoran dan hotel adalah 1.057,17 rupiah.



Sumber: www.idx.co.id

Gambar 4. Harga Saham dari Perusahaan

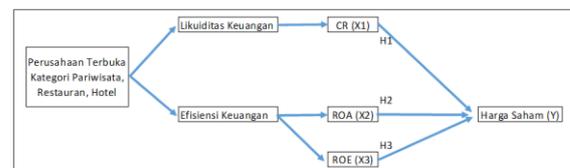
Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan analisa likuiditas, efisiensi, dan harga saham bisa disimpulkan bahwa rata-rata

kondisi keuangan perusahaan yang bergerak pada bidang pariwisata, restoran dan hotel dinilai baik. Rata-rata perusahaan memiliki nilai likuiditas yang cukup tinggi. Perusahaan dalam kategori tersebut juga dinilai efisien, karena kemampuannya asset dan modal untuk menghasilkan keuntungan cukup besar. Proporsi keuntungan yang tinggi itulah yang memungkinkan perusahaan memiliki jumlah asset lancar yang cukup banyak dan harga saham yang cukup tinggi, walaupun butuh penelitian lebih lanjut untuk membuktikan pernyataan tersebut.

Pengaruh likuiditas dan efisiensi pada harga saham perusahaan

Kerangka berfikir dari penelitian ini disajikan pada gambar 5. Untuk memahami pengaruh likuiditas dan efisiensi dari keuangan perusahaan terhadap harga saham, peneliti menggunakan analisis statistik regresi data panel. Likuiditas keuangan dilihat dari nilai CR sebagai variable independen X1. Efisiensi keuangan perusahaan dilihat dari ROA sebagai variable independen X2, dan ROE sebagai variable independen X3. Harga saham merupakan variabel dependen Y. Kemudian dari hasil analisa statistik diuji apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak.



Gambar 5. Kerangka Pemikiran Penelitian

Data yang digunakan sebagai dasar analisa merupakan data panel dimana nilai X1, X2, X3, dan Y diambil dari data masing-masing perusahaan kategori pariwisata, restoran, dan hotel yang terdaftar di BEI dan masuk dalam kriteria penelitian pada tahun 2016-2017.

Langkah awal yang dilakukan untuk menganalisa data dengan regresi data panel adalah menentukan model estimasi terbaik dengan melakukan uji Chow, Lagrange Multiplier, dan Hausman Test terhadap data. Dari hasil ketiga uji tersebut diputuskan bahwa Common Effect Model adalah model estimasi terbaik dari penelitian ini.

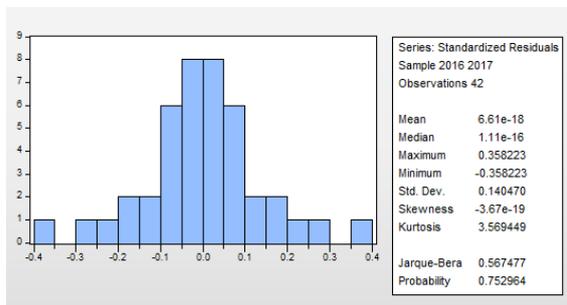
Tabel 2 menunjukkan hasil olahan data penelitian dengan menggunakan bantuan program eviews. Dengan menggunakan derajat tingkat kesalahan sebesar 5%, bisa disimpulkan sebagai berikut: yang pertama CR tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan harga saham. Nilai p value dari CR adalah 0,2497, nilainya lebih besar dari batas kritis yaitu 0,05. Karenanya H1 dari penelitian ditolak. Yang kedua ROA memiliki nilai p value sebesar 0,0882. Nilainya lebih besar dari batas kritis yaitu 0,05, sehingga H2 juga ditolak. ROA tidak memberikan pengaruh pada harga saham. Yang ketiga, nilai ROE juga dinilai tidak mempengaruhi

harga saham. Nilai p value dari ROE adalah 0,6271, lebih besar dari titik kritis 0,05. Kesimpulannya H3 dari penelitian juga ditolak.

Dependent Variable: HRGSAHAM				
Method: Panel Least Squares				
Date: 12/28/20 Time: 09:55				
Sample: 2016 2017				
Periods included: 2				
Cross-sections included: 21				
Total panel (balanced) observations: 42				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.675300	0.639095	4.186077	0.0002
CR	-0.346682	0.296551	-1.169049	0.2497
ROA	1.437232	0.821430	1.749672	0.0882
ROE	-0.253451	0.517503	-0.489758	0.6271
R-squared	0.224780	Mean dependent var	2.709522	
Adjusted R-squared	0.163579	S.D. dependent var	0.550270	
S.E. of regression	0.503255	Akaike info criterion	1.554953	
Sum squared resid	9.624095	Schwarz criterion	1.720446	
Log likelihood	-28.65402	Hannan-Quinn criter.	1.615613	
F-statistic	3.672790	Durbin-Watson stat	0.572347	
Prob(F-statistic)	0.020360			

Gambar 6. Ringkasan Regresi Data Panel Model Comment Effect

Nilai R-squared dari perusahaan adalah sebesar 0,22478. Artinya kemampuan variable prediktor yaitu CR, ROA, dan ROE untuk menjelaskan variable respon yaitu harga saham, hanya 22,478%. Nilai tersebut dinilai lemah. Karena ada 77,522 % variabel lain yang tidak diteliti mempengaruhi harga saham.



Gambar 7. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil tes normalitas data dengan menggunakan Eviews yang tertera pada gambar 6, diketahui nilai probabilitas adalah 0,752964 nilai tersebut lebih besar dari 5 persen. Data penelitian dinilai normal.

Kesimpulan yang bisa diambil dari hasil pengolahan data dengan menggunakan analisa regresi data panel adalah: pada perusahaan terbuka yang bergerak pada bidang pariwisata, restoran, dan perhotelan, likuiditas dan efisiensi dari keuangan perusahaan ternyata tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Bahkan pengaruhnya dinilai lemah. Ada variabel lain yang tidak diteliti mampu mempengaruhi harga saham.

KESIMPULAN

Sektor pariwisata, walau saat ini sedang dalam kondisi terpukul, namun tetap memiliki potensi untuk kembali berkembang dan menjadi jangkar bagi bisnis-bisnis lainnya. Penelitian ini meneliti

bagaimana salah satu sinyal perusahaan yaitu laporan keuangan mempengaruhi harga saham perusahaan yang bergerak pada bidang pariwisata, restoran, dan hotel. Penelitian ini dilakukan pada periode 2016-2017 di saat kondisi perekonomian normal pada perusahaan kategori pariwisata, restoran, dan hotel terbuka yang listing di BEI. Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menggambarkan perilaku investor dimasa normal.

Penelitian ini fokus meneliti pengaruh likuiditas dan efisiensi keuangan perusahaan pada harga saham. Likuiditas keuangan dinilai dengan menggunakan current ratio, sedangkan efisiensi keuangan dinilai dengan menggunakan Return on Asset dan Return on Equity. Data yang dikumpulkan dianalisa dengan menggunakan analisa regresi data panel.

Berdasarkan data yang dikumpulkan, pertama peneliti bisa menarik kesimpulan tentang kondisi likuiditas dan efisiensi keuangan dari perusahaan yang bergerak pada bidang pariwisata, restoran, dan hotel. Dilihat dari sisi likuiditas, rata-rata perusahaan pada kategori ini ternyata memiliki harta lancar yang lebih besar daripada hutang lancarnya. Dilihat dari sisi efisiensi, perusahaan ternyata mampu memanfaatkan harta dan modal yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan. Ada beberapa perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun 2016 dan 2017, namun nilai rata-rata dari ROA dan ROE perusahaan masih cukup besar. Berdasarkan uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa kondisi likuiditas dan efisiensi dari perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, hotel dan restoran cukup sehat.

Kesimpulan kedua berhubungan dengan pengaruh likuiditas dan efisiensi keuangan terhadap harga saham. Ada tiga hipotesis yang diuji dalam penelitian ini. Hipotesis pertama (H1) Current Ratio (CR) memberikan pengaruh positif atas harga saham. Hipotesis kedua (H2) Return on Asset (ROA) memberikan pengaruh positif atas harga saham, dan Hipotesis ketiga (H3) adalah Return on Equity (ROE) memberikan pengaruh positif atas harga saham.

Berdasarkan hasil analisa regresi data panel dengan menggunakan bantuan program eviews, ditarik kesimpulan bahwa CR, ROA, dan ROE tidak memberikan pengaruh kepada harga saham. Pengaruhnya bahkan dinilai lemah. Dari hasil perhitungan R-squared disimpulkan bahwa harga saham 77,522% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Data yang bisa dikumpulkan oleh peneliti terbatas. Data yang tersedia dalam situs BEI adalah data periode beberapa tahun kebelakang. Data terakhir dan terlengkap yang bisa peneliti dapatkan adalah data tahun 2017.

Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa research gap yang bisa dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya. Pertama berkaitan dengan keterbaruan data dan jumlah data, penggunaan data yang lebih

banyak dan baru memungkinkan hasil yang lebih menggambarkan kondisi sebenarnya.

Gap lain berhubungan dengan penelitian lanjutan untuk menemukan variabel-variabel penentu harga saham. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, kondisi likuiditas dan efisiensi keuangan perusahaan hanya memberikan kontribusi sebesar 22,478% terhadap harga saham.

REFERENSI

- Bursa Efek Indonesia. (2020, November 20). *PT Bursa Efek Indonesia*. IDX. <https://www.idx.co.id/data-pasar/laporan-statistik/ringkasan-performa-perusahaan-tercatat/>
- CNN Indonesia. (2020, February 26). *Menghitung Kontribusi Sektor Pariwisata Bagi Ekonomi RI*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200226121314-532-478265/menghitung-kontribusi-sektor-pariwisata-bagi-ekonomi-ri>
- Cohen, B. D., & Dean, T. J. (2005). Information asymmetry and investor valuation of IPOs: Top management team legitimacy as a capital market signal. *Strategic Management Journal*, 26(7), 683–690. <https://doi.org/10.1002/smj.463>
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling Theory: A Review and Assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Leach, J. C., & Melicher, R. W. (2018). *Entrepreneurial Finance* (6th ed.). Cengage. https://www.amazon.com/Entrepreneurial-Finance-J-Chris-Leach-ebook-dp-B01N9ILT0F/dp/B01N9ILT0F/ref=mt_other?_encoding=UTF8&me=&qid=
- Lokadata. (n.d.). *Kontribusi pariwisata terhadap PDB, 2010-2019* - Lokadata. Retrieved December 19, 2020, from <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kontribusi-pariwisata-terhadap-pdb-2010-2019-1582001327>
- Ponggohong, J. O., Murni, S., Mangantar, M., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Ritel Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2010-2013) The Effect Of Financial Performance On Share Price (Study On Retail Companies Listed On The Idx Year 2010-2013). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(01). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/12052>
- Putri, L. P. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2). <http://jurnal.umsu.ac.id>
- Rusli, A., & Dasar, T. (2014). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Bumn Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 1(2). www.idx.co.id
- Setiyono, E. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Lailatul Amanah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(5). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/329>
- Supriadi, Y., & Ariffin, M. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 53–68. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.254>

Penilaian Kinerja Menggunakan Metode *Balanced Scorecard* Pada Perusahaan Sektor Farmasi Sebelum dan Semasa Covid (2019-2020) yang Terdaftar di BEI

Samuel Armando Sagala¹, Valentine Siagian²

^{1,2}Universitas Advent Indonesia

e-mail: 1832169@unai.edu, valentine@unai.edu

Diterima	Direvisi	Disetujui
29-08-2021	13-09-2021	14-09-2021

Abstrak - Penilaian kinerja perusahaan sangat membantu manajemen dalam menilai sejauh mana yang telah dilakukan perusahaan dalam pencapaian strategi dan visi misi perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dinilai menggunakan metode *balanced scorecard* dimana metode ini menggunakan empat perspektif untuk menilai kinerja perusahaan yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif internal bisnis, dan juga perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Metode *balanced scorecard* tidak hanya menilai aspek keuangannya saja tetapi juga aspek non-keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai kinerja perusahaan sebelum dan semasa terjadinya pandemi covid 19 dengan metode *balanced scorecard* pada perusahaan yang bergerak di sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan dan laporan tahunan enam perusahaan sub sektor farmasi tahun 2019 dan 2020. Berdasarkan pengolahan data hasil menunjukkan bahwa dari empat perspektif yang digunakan, perspektif keuangan mengalami peningkatan karena banyaknya kebutuhan akan obat-obatan dan alat medis sehingga peluang perusahaan untuk mengoptimalkan penjualan produknya. Pada perspektif pelanggan hasil yang didapat menunjukkan peningkatan karena produk yang diproduksi dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen sehingga penghargaan yang didapat juga semakin banyak. Perspektif internal bisnis didapati penurunan pencapaian karena sulitnya perusahaan membuat produk baru dimasa pandemi covid 19 dan lebih berfokus kepada penyediaan alat kesehatan dan juga produksi vaksin. Pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan mengalami penurunan dikarenakan sulitnya perusahaan melakukan pelatihan secara tatap muka sehingga kesulitan untuk memaksimalkan pelatihan karyawan.

Kata Kunci: Balanced Scorecard, Penilaian Kinerja,

Abstract - Performance appraisal is a helpful tools for management in assessing the company's performance. Company performance can be assessed using the balanced scorecard method where this method uses four perspectives, namely financial perspective, customer perspective, internal business perspective, and also learning and growth perspective. The balanced scorecard method assesses not only financial aspects but also non-financial aspects, namely customer satisfaction, product innovation and employee capabilities. The purpose of this study was to assess the company's performance before and during the COVID-19 pandemic using the balanced scorecard method in companies listed in the pharmaceutical sub-sector and listed on the IDX. This study uses secondary data, namely financial statements and annual reports of 6 pharmaceutical sub-sector companies in 2019 and 2020. The results of the study stated that from the four perspectives used, the financial perspective has increased due to the large need for drugs and medical devices so that the company's opportunity to optimize product sales. From the customer perspective, the result shows an increase because the products can be felt by consumers so that the companies got more awards. From an internal business perspective, there was a decline in achievement due to the difficulty of the company in making new products during the COVID-19 pandemic and focusing more on the provision of medical devices and also the production of vaccines. In the learning and growth perspective, it has decreased due to the difficulty of companies conducting face-to-face training so that it is difficult to maximize employee training.

Keywords : Balanced Scorecard, Performance Assesment

PENDAHULUAN

Pandemi covid 19 berdampak ke berbagai hal khususnya berbagai bisnis yang ada di Indonesia. Menurut badan pusat statistik, pemerintah Indonesia sedang mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sebesar 2,07%. Pandemi covid 19 menyebabkan banyak perusahaan dipaksa untuk tutup, masyarakat kehilangan pekerjaan, penurunan harga komoditas, dan menurunnya daya beli masyarakat. Ditengah pandemi dan ketatnya persaingan di pasar, perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia juga dituntut untuk dapat membantu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cara memaksimalkan sumber daya yang ada, berinovasi, membantu UMKM yang ada di Indonesia dan meningkatkan performa perusahaan melalui perbaikan kinerja pihak internal perusahaan.

Pemerintah mengusahakan berbagai cara untuk dapat memulihkan ekonomi di Indonesia dari kemerosotan ekonomi yang disebabkan oleh pandemi covid 19, salah satu cara yang dilakukan adalah melakukan vaksinasi covid 19, penyediaan alat kesehatan dalam menghadapi pandemi dan diharapkan vaksinasi dapat dilakukan secepat mungkin mencapai 70% penduduk Indonesia agar dampak pandemi covid 19 dapat diminimalisir dan diharapkan dapat segera berakhir. Perusahaan yang sangat berperan penting untuk mendorong percepatan vaksinasi di masa pandemi ini adalah perusahaan yang bergerak di sub sektor farmasi yang dengan penyediaan obat-obatan dan alat kesehatan dapat membantu pandemi covid 19 dapat berakhir.

Pertumbuhan bisnis industri yang disampaikan oleh Kementerian Industri Republik Indonesia pada tahun 2015 yaitu 15,9% dan menurun sampai ke tahun 2019 yaitu 9%, yang artinya kinerja perusahaan sektor farmasi mengalami penurunan. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan adalah melakukan penilaian kinerja.

Secara umum manfaat penilaian kinerja adalah mengelola organisasi secara efisien dan efektif, menaambil keputusan dalam memberikan penghargaan, penyesuaian posisi, pegawai.

Kinerja

Menurut Armstrong dan Baron (Fahmi, 2017) kinerja adalah hasil yang diperoleh organisasi baik orientasinya profit maupun non profit dalam satu periode tertentu. Menurut (Afandi, 2018) Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh perorangan maupun kelompok dalam suatu perusahaan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Kinerja adalah pencapaian pelaksanaan kegiatan dalam mewujudkan visi, misi, dan tujuan organisasi. Kesimpulan berdasarkan referensi mengatakan bahwa kinerja perusahaan adalah hasil yang dicapai oleh seseorang maupun sekelompok orang dalam satu

organisasi dengan menyelesaikan tanggung jawab yang telah diberikan perusahaan.

Penilaian Kinerja

Menurut (Kasmir, 2016) penilaian kinerja adalah proses menilai kinerja pegawai secara keseluruhan yang telah dilakukan dalam satu periode perusahaan tersebut. Menurut (Hartantik, 2014) penilaian kinerja adalah suatu cara untuk mengevaluasi potensi, kontribusi, prestasi pegawai dalam suatu organisasi yang landasannya adalah untuk pengembangan. Kesimpulan berdasarkan referensi bahwa penilaian kinerja adalah menilai sejauh mana kinerja atau pencapaian yang didapat perusahaan yang landasannya untuk melihat perkembangan pegawai dan perkembangan perusahaan.

Tujuan Penilaian Kinerja

Menurut (Kasmir, 2016) tujuan penilaian kinerja adalah untuk memperbaiki kualitas pekerjaan, menyesuaikan kemampuan karyawan dengan posisi pekerjaannya, menentukan jenjang karier seseorang, kebutuhan pelatihan dan pengembangan, kepentingan kompensasi, data kemampuan dan skill pegawai, melihat komunikasi antara atasan dan bawahan, tercipta budaya kerja yang baik. Menurut (Zainal, 2015) tujuan penilaian kinerja adalah untuk mengetahui prestasi karyawan, meningkatkan motivasi karyawan dalam bekerja, membantu karyawan untuk lebih inisiatif dalam memperbaiki kinerja. Menurut (Sedarmayanti, 2010) tujuan dari penilaian kinerja adalah untuk mengetahui kondisi organisasi secara keseluruhan, mengetahui kemampuan karyawan, menciptakan hubungan timbal balik antara atasan dan bawahan. Kesimpulan berdasarkan referensi di atas, tujuan penilaian kinerja adalah mengetahui kondisi perusahaan berdasarkan hasil kinerja para pegawai yang bekerja dan hasil penilaiannya dapat dijadikan perbaikan kinerja perusahaan dan juga perbaikan kinerja pegawai.

Balanced Scorecard

Menurut (Luis dan Biromo, 2007) *balanced scorecard* alat manajemen yang dapat membantu perusahaan dalam menerjemahkan visi dan misi kedalam aksi. Menurut (Atkinson et al 2012) *balanced scorecard* mampu mengukur kinerja organisasi berdasarkan perspektif yang berasal dari visi, strategi sebuah organisasi.

(Kaplan & Norton, 2000) menjelaskan bahwa *balanced scorecard* meliputi empat perspektif :

1. Perspektif Keuangan. Perspektif ini berfokus bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan bagaimana agar laporan keuangan perusahaan dianggap baik oleh pemegang saham
2. Perspektif Pelanggan. Perspektif ini berfokus bagaimana pandangan pelanggan terhadap

produk dan pelayanan yang dihasilkan perusahaan.

3. Perspektif Internal Bisnis. Perspektif ini berfokus kepada bagaimana perusahaan mampu mempertahankan segmen pasar dan pelanggan dari inovasi-inovasi produk baru yang dihasilkan oleh perusahaan.
4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran. Perspektif ini berfokus kepada kemampuan perusahaan dalam mempertahankan sumber daya manusia yang ada didalam perusahaannya agar mampu dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Dari keempat perspektif yang dijelaskan menunjukkan bahwa metode *balanced scorecard* berfokus pada perspektif keuangan dan non keuangan (Mulyadi, 2009)

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti akan menilai kinerja perusahaan yang bergerak di sub sektor farmasi sebelum covid menggunakan laporan tahunan perusahaan tahun 2019 dan semasa covid menggunakan laporan tahunan perusahaan 2020 menggunakan metode *balanced scorecard* dengan empat perspektif yaitu perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif internal bisnis, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana perusahaan sub sektor farmasi dijadikan objek penelitian. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu dari laporan keuangan perusahaan dan laporan buku tahunan perusahaan yang di dapatkan dari website setiap perusahaan dan website BEI. Terdapat 12 perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI namun Peneliti hanya mengambil enam perusahaan sebagai sampel penelitian yang sudah mengeluarkan laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan pada saat penelitian ini dilakukan yaitu: perusahaan Indofarma, Kalbe farma, Kimia Farma, Phapros, Tempo Scan, dan Sidomuncul.

Adapun tolak ukur setiap perspektif adalah

1. Perspektif Keuangan
 - a. Return on Asset (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\% \quad (1)$$
 - b. Return on Equity (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\% \quad (2)$$
 - c. Kenaikan Pertumbuhan dan Pendapatan

$$= \frac{\text{Pendapatan periode sekarang} - \text{Pendapatan periode lalu}}{\text{Pendapatan periode lalu}} \times 100\% \quad (3)$$
 - d. Kenaikan pertumbuhan Laba Bersih

$$= \frac{\text{Laba bersih periode sekarang} - \text{Laba bersih periode lalu}}{\text{Laba bersih periode lalu}} \times 100\% \quad (4)$$

- e. Kenaikan Pertumbuhan Biaya Operasi

$$= \frac{\text{Biaya operasi periode sekarang} - \text{biaya operasi periode lalu}}{\text{Biaya operasi periode lalu}} \times 100\% \quad (5)$$

2. Perspektif Pelanggan

Apabila Perolehan Penghargaan dari pihak eksternal perusahaan meningkat dari tahun 2019 ke tahun 2020 maka hal itu merefleksikan kepuasan pelanggan terhadap produk dan pelayanan perusahaan dan sebaliknya.

3. Perspektif Internal Bisnis

Apabila jumlah produk baru yang dihasilkan perusahaan pada tahun 2019 ke tahun 2020 meningkat maka hal itu merefleksikan kemampuan perusahaan dalam berinovasi dan sebaliknya.

4. Perspektif Pertumbuhan Dan Pembelajaran

Pada perspektif ini apabila jumlah biaya pelatihan yang dikeluarkan perusahaan meningkat dari tahun 2019 ke tahun 2020 itu menunjukkan bahwa perusahaan ingin mempertahankan kompetensi sumber daya manusia di perusahaan tersebut dan sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perspektif Keuangan

Perspektif keuangan menilai kinerja keuangan perusahaan menggunakan 5 tolak ukur untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laporan keuangan yang baik bagi pemegang saham.

Tabel 1. Perhitungan rata-rata ROA

	ROA (2019) (%)	ROA (2020) (%)
Indofarma	0,058	0,002
Kalbe Farma	12,522	12,407
Kimia Farma	0,087	0,116
Sidomuncul	22,884	24,263
Tempo Scan	7,108	9,165
Phapros	4,880	2,540
Rata-rata	7,923%	8,082%

Sumber : Data Diolah

Tabel 2. Rata-rata Perspektif Keuangan

Tolak Ukur	Rata-rata (2019) (%)	Rata-rata (2020) (%)	Peningkatan /Penurunan (%)
Return on Asset	7,923	8,082	0,159
Return on Equity	11,011	10,710	(0,301)
Kenaikan Pertumbuhan Pendapatan	5,316	5,332	0,016
Kenaikan	-35,196	-9,556	25,660

Pertumbuhan Laba Bersih			
Kenaikan	6,771	4,381	(2,630)
Pertumbuhan Biaya Operasi			

Sumber; Data Diolah Peneliti

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan dari tahun 2019 ke tahun 2020 meningkat, hal itu terefleksikan dari peningkatan hasil rata rata tolak ukur yang digunakan, dapat diartikan bahwa meskipun pada masa pandemi perusahaan tetap dapat mempertahankan kinerja keuangannya.

Perspektif Pelanggan

Perspektif pelanggan menilai kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui pelayan dan hasil produksi. Berdasarkan penelitian terdahulu (Christina & Sudana, 2013) menggunakan tolak ukur jumlah penghargaan pada perspektif pelanggan.

Tabel 3. Rata-rata Perspektif Pelanggan

Tolak Ukur	Rata-rata (2019)	Rata-rata (2020)	Peningkatan / Penurunan(dalam kurung)
Jumlah Penghargaan	9,33	11,66	2.33

Sumber; Data Diolah Peneliti

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah rata rata penghargaan yang didapat perusahaan dari tahun 2019 ke tahun 2020, hal itu dapat terjadi karena hasil produksi dan pelayanan yang dilakukan perusahaan dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen sehingga jumlah penghargaan yang didapat perusahaan bertambah.

Perspektif Internal Bisnis

Perspektif pelanggan menilai kemampuan perusahaan dalam berinovasi menghasilkan produk-produk baru seiring dengan kebutuhan konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu(Christina & Sudana, 2013) jumlah produk baru dijadikan tolak ukur dalam perspektif internal bisnis.

Tabel 4. Rata-rata Perspektif Internal Bisnis

Tolak Ukur	Rata-rata (2019)	Rata-rata (2020)	Peningkatan / Penurunan(dalam kurung)
Jumlah Produk baru	58,83	20,16	(38,66)

Sumber; Data Diolah Peneliti

Data menunjukkan terjadi penurunan jumlah rata-rata produk baru yang dihasilkan perusahaan dari tahun 2019 ke tahun 2020 yang disebabkan perusahaan farmasi pada saat ini lebih berfokus ke penyediaan alat-alat kesehatan dan juga penyediaan

vaksin.

Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Perspektif ini menilai kemampuan perusahaan untuk dapat mempertahankan kemampuan sumber daya manusia di perusahaan farmasi untuk dapat bertanggung jawab dalam setiap pekerjaan di perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang tolak ukurnya adalah jumlah biaya pelatihan yang dikeluarkan perusahaan.

Tabel 5. Rata-rata Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Tolak Ukur	Rata-rata (2019)	Rata-rata (2020)	Peningkatan / Penurunan(dalam kurung)
Jumlah Biaya Pelatihan	Rp. 10.612.785.3	Rp. 7.731.817.8	2.880.967.488)

Sumber; Data Diolah Peneliti

Data diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan jumlah biaya pelatihan dari tahun 2019 ke tahun 2020 yang disebabkan perusahaan pada saat pandemi *covid 19* sulit untuk melakukan pelatihan secara tatap muka sehingga perusahaan lebih memilih melakukan pelatihan secara online agar kompetensi setiap karyawannya tetap meningkat meski dimasa pandemi. Dengan dilakukannya pelatihan secara online mengakibatkan jumlah biaya pelatihan menurun karena tidak dibutuhkannya biaya yang besar untuk melakukan pelatihan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa penggunaan metode *balanced scorecard* dalam menilai kinerja perusahaan sangat baik untuk diterapkan dalam usaha pencapaian visi dan misi perusahaan dan juga perbaikan perusahaan kedepannya. Berfokus bukan hanya pada aspek keuangan saja *balanced scorecard* membantu menyelaraskan tujuan organisasi dengan pihak internal perusahaan secara konsisten. Hasil yang didapatkan menggunakan metode ini dapat membantu pihak manajemen dalam mengambil keputusan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di perusahaan.

Dalam penilaian kinerja menggunakan metode *balanced scorecard* di perusahaan sub sektor farmasi sebelum covid 2019 dan semasa covid 2020 didapatkan hasilnya adalah perspektif keuangan mengalami peningkatan, perspektif pelanggan mengalami peningkatan, perspektif internal bisnis mengalami penurunan, persepektif pertumbuhan dan pembelajaran mengalami penurunan.

Berdasarkan hasil diatas pihak manajemen dapat mengambil keputusan bagaimana cara untuk memperbaiki kinerja Perusahaan. Hal yang harus dilakukan pada perspektif keuangan, perusahaan

farmasi dapat mempertahankan kinerja baiknya bahkan meningkatkannya dengan mengelola keuangan terlebih pada pengelolaan keuangan produksi sehingga mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diinginkan, perspektif pelanggan, perusahaan dapat lebih memaksimalkan hasil produksi dan pelayanannya dan pada perspektif internal bisnis, dengan lebih banyak berinovasi untuk membuat produk baru, yang seiring dengan kebutuhan konsumen, pada perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, dapat lebih memaksimalkan pelatihan yang dilakukan perusahaan agar dapat meningkatkan kemampuan sumber daya manusia perusahaan dalam melakukan tugas dan tanggung jawab perusahaannya sehingga visi misi perusahaan dapat tercapai. Metode ini disarankan agar dapat diterapkan di perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI dalam menilai kinerja perusahaannya sehingga dapat memperbaiki kinerja perusahaan selanjutnya.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penggunaan tolak ukur pada setiap perspektif. Yaitu, ketidak mampuan peneliti dalam menunjukkan hubungan yang kuat antara penggunaan tolak ukur jumlah biaya pelatihan dalam menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kompetensi karyawan melalui pelatihan. Selain itu, ketidak mampuan peneliti memberikan informasi mengenai peningkatan return on investment (ROI) pada perspektif keuangan. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan tolak ukur dengan indikator yang lebih luas dan tetap memperhatikan hubungan tolak ukur yang digunakan dengan perspektif *balanced scorecard* itu sendiri sehingga dapat mempresenetasikan keadaan perusahaan yang sebenarnya.

REFERENSI

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanafa Publishing.
- Atkinson. (2012). *Akuntansi Manajemen* (Edisi keli). Indeks.
- Christina, N. P. Y., & Sudana, I. P. (2013). Penilaian Kinerja pada PT. Adhi Karya dengan Pendekatan *Balanced Scorecard*. *E-Jurnal Akutansi Universitas Udayana*, 3(5), 516–529.
- Fahmi. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Hartantik, indah puji. (2014). *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Laksana.
- Kaplan, r & Norton, D. . (2000). *Balanced Scorecard Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Penerbit Erlangga.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)* (kedua). Rajawali Pers.
- Luis, S. (2007). *step by step in cascading balanced scorecard to functional scorecard*. PT.Gramedia Pustaka.
- Mulyadi. (2009). *Terpadu Pengelolaan Kinerja Personel berbasis Balance Scorecard*.
- Sedarmayanti. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. PT.Refika Aditama.
- Veithzal rivai, zainal. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*. Rajawali Pers.

Peran Media Penjualan Terhadap Pendapatan *E-Commerce* Pada Usaha Mikro

Tri Lestari¹, Dedi Damhudi²

¹Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: tri.tle@bsi.ac.id

²Universitas Darma Persada

e-mail: dedi_damhudi@fe.unsada.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
02-09-2021	19-09-2021	20-09-2021

Abstrak - Kemudahan dan rendahnya biaya dalam penggunaan internet saat ini telah menggeser cara manusia melakukan transaksi. Pergeseran dalam bertransaksi tersebut tidak hanya pada cara pembayaran, tetapi juga pada cara pembelian yang kini banyak dilakukan dengan menggunakan sistem *online*. Makalah ini membahas bagaimana beberapa media penjualan *online* mempengaruhi pendapatan *e-commerce* terbatas pada usaha mikro yang berpenghasilan kurang dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta Rupiah) per tahun. Media penjualan *online* yang digunakan sebagai variabel independen adalah *website*, *marketplace/digital platform*, media sosial, dan pesan singkat. Menggunakan data sekunder dari Badan Pusat Statistik di Indonesia, makalah ini mengkaji dan menganalisis data dengan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan regresi berganda sebagai uji statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *website*, *marketplace/digital platform*, media sosial, dan pesan singkat sebagai variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan *e-commerce* usaha mikro secara paralel. Berbeda dengan variabel *website*, *marketplace/digital platform*, dan variabel pesan singkat yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap pendapatan *e-commerce* usaha mikro, variabel media sosial tidak memiliki pengaruh secara parsial.

Kata kunci : media penjualan, pendapatan *e-commerce*, usaha mikro

Abstract - The ease and the low cost of using the internet today have shifted the way humans do transactions. The shifting in transactions not only how to make payments, but also how to purchase something are now mostly done using the online system. The paper concern how some online selling media affect the *e-commerce* revenue limited in micro-enterprises that have earned less than Rp. 300,000,000,- (three hundred million Rupiah) per year. The online selling media used as independent variables are *website*, *marketplace/digital platform*, social media, and short messages. Using secondary data from the central bureau of statistics in Indonesia, this paper reviewed and analyzed the data with quantitative research methods and used a multiple regression as the statistical test. The results showed that the independent variables of *website*, *marketplace/digital platform*, social media, and short messages as independent variables had a significant influence on the *e-commerce* revenue of micro-enterprises in parallel. In contrast to the variables of *website*, *marketplace/digital platform*, and short messages variable had a significant effect partially on micro-business *e-commerce* income, the variable of social media does not have a partial influence.

Keywords : *e-commerce* revenue, selling media, micro enterprises

PENDAHULUAN

Dalam melakukan suatu usaha, tentunya setiap pelaku usaha memiliki strategi agar dapat unggul dan bertahan pada usaha yang digelutinya. Strategi yang sering dilakukan dalam penjualan atau pemasaran secara teori adalah strategi *marketing mix* yang mana istilah ini digunakan pertama kali oleh Neil Borden, namun istilah ini menjadi terkenal setelah disederhanakan oleh Jerome McCharty yang dalam (Akhmad, 2014) strategi *marketing mix* (bauran pemasaran terdiri dari) 4P terdiri dari:

1. *Product* (Produk) merupakan semua jenis barang atau jasa yang ditawarkan oleh para pelaku usaha dalam rangka memenuhi kebutuhan serta keinginan dari calon pembeli, hal yang termasuk dalam keragaman produk adalah mutu, desain, merk, kemasan, dimensi, pelayanan, garansi, dan imbalan.
2. *Price* (Harga) adalah nilai atau jumlah yang diberikan atau dibayarkan oleh pembeli atas produk atau jasa yang dibelinya dengan ketentuan yang diberikan oleh penjual, termasuk di dalamnya adalah diskon yang diberikan oleh

- penjual ataupun jenis pembayaran dan periode pembayaran.
3. *Place* merupakan saluran distribusi yang dipilih oleh pelaku usaha atau penjual untuk menawarkan produk dan jasanya, diantaranya adalah tempat untuk menjual produk yang dapat berupa toko fisik maupun toko non fisik (toko *online*).
 4. *Promotion* merupakan jenis dari komunikasi yang dilakukan penjual untuk meyakinkan calon pembeli atas produk atau jasa yang ditawarkan.

Variabel *Place* (saluran distribusi) merupakan variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan dalam melakukan penjualan produk atau jasa, kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi akan memiliki dampak yang berkepanjangan bagi suatu usaha. Variasi saluran distribusi semakin berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi. Begitu pun perkembangan teknologi berupa jaringan internet yang semakin mudah di akses oleh masyarakat.

Penggunaan jaringan internet saat ini bukanlah suatu hal yang eksklusif lagi bagi masyarakat Indonesia khususnya bagi mereka yang tinggal di daerah perkotaan, walaupun penggunaan jaringan internet masih merupakan hal yang tidak mudah didapat bagi wilayah tertentu di Indonesia yang memiliki ketersediaan jaringan internet terbatas. Begitu juga dengan kegiatan penjualan dan pembelian, dengan adanya kemajuan, kemudahan dan ketersediaan jaringan internet saat ini tentunya memberikan peningkatan yang positif terhadap kegiatan tersebut.

Kegiatan usaha yang semakin akrab dengan internet, semakin menumbuhkan banyak masyarakat yang ingin memiliki usaha sendiri sehingga semakin bertambah usaha-usaha kecil yang menjual produk dan jasanya secara *online*. Penjualan melalui jaringan internet merupakan perluasan saluran distribusi yang diakibatkan oleh kemajuan teknologi, penjualan melalui perangkat *electronic commerce* ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai macam media, seperti *website*, *marketplace/digital platform*, media sosial, pesan singkat, dan media lainnya. Hal ini tentu saja sangat menarik untuk dilakukan penelitian apakah saluran distribusi yang dilakukan melalui jaringan internet oleh para pelaku usaha adalah saluran distribusi yang menjanjikan dan dapat dijadikan saluran distribusi utama, apalagi dengan adanya pandemik COVID-19 seperti saat ini dimana semua hal dilakukan di rumah dengan menggunakan fasilitas jaringan internet.

Penelitian mengenai variabel *Place* (saluran distribusi) ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder, yang diambil dari publikasi Badan Pusat Statistik berdasarkan hasil survei yang telah dipublikasikan dengan judul "Statistik *E-Commerce* 2020". Responden survei yang diberikan pertanyaan oleh tim penyusun buku dari Badan Pusat Statistik adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebanyak 16.277 sampel dari 34 provinsi

yang ada di seluruh Indonesia. Pelaku usaha yang menjadi target responden adalah pelaku usaha yang dalam menjalankan bisnisnya menggunakan jaringan internet, yaitu melakukan penjualan barang dan/atau jasa dengan menerima pesanan yang bersumber dari media penjualan melalui *e-commerce* selama kurun waktu tahun 2019. Berdasarkan hasil survei BPS (Luthfi et al., 2021) tersebut, 71.18 persen responden memiliki usaha yang melakukan penjualan melalui jaringan internet dan sudah dilaksanakan dalam jangka waktu tiga tahun terakhir yaitu tahun 2016-2019, dan terdapat 26.90 persen merupakan usaha yang sudah melakukan penjualan melalui media *e-commercial* sejak tahun 2010-2016, sedangkan sisanya sebanyak 1.92 persen merupakan usaha yang mulai melakukan penjualan melalui *e-commerce* sebelum tahun 2010.

Pendapatan *e-commerce* yang digunakan sebagai variabel dependen pada penelitian ini terbatas pada responden dengan kategori usaha mikro, yaitu responden yang memiliki pendapatan melalui *e-commerce* di bawah Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta Rupiah) per tahun dengan mempertimbangkan bahwa berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, pelaku usaha *e-commerce* terbanyak adalah pelaku usaha yang memiliki pendapatan di bawah Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta Rupiah) per tahunnya. Sedangkan variabel independen yang digunakan sebagian variabel pengujian adalah *website*, *marketplace/digital platform*, media sosial, dan pesan instan.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Ayuni et al., 2019) untuk mengetahui adanya hubungan antara pemakaian media digital terhadap tingkatan penjualan produk kuliner kemasan di golongan wirausaha wanita di Kota Makassar dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif regresi linier sederhana yang mana hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara pemakaian media digital terhadap tingkatan penjualan ialah sebesar 60,2%, dimana Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan ialah sebesar 74,1%,. Penelitian yang dilakukan oleh (Hari, Moch Purwiantoro et al., 2016) menunjukkan bahwa pemakaian media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM) mampu meningkatkan volume penjualan hingga sebesar 10- 50%, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya hanya menggunakan satu variabel independen yaitu variabel media sosial, data yang digunakan merupakan data primer dengan responden yang berada di suatu wilayah tertentu dan metode penelitian yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Sedangkan penelitian ini menggunakan empat variabel independen, menggunakan data sekunder dengan responden dari 34 provinsi dengan metode penelitian regresi linier berganda.

Media Penjualan

Media penjualan merupakan media yang digunakan oleh para pelaku usaha, dalam hal ini adalah pelaku usaha yang melakukan penjualan melalui *e-commerce* untuk menawarkan produk atau jasanya kepada calon pembeli. (Ayuni et al., 2019).

Dalam keberlangsungan usaha, media penjualan memiliki peranan yang penting. Pemilihan media penjualan haruslah benar-benar tepat agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat merebut hati pembeli sehingga memutuskan untuk melakukan transaksi. Media penjualan melalui *e-commerce* merupakan jenis pasar persaingan yang sangat sempurna, dimana calon pembeli hanya dengan menggunakan media elektronik seperti *handphone*, laptop, dan komputer dapat mengetahui harga dari berbagai macam toko *online* dan melakukan pembelian atas produk atau jasa yang dicari sesuai dengan merk, spesifikasi dan uang yang dimiliki. Pencarian media penjualan *e-commerce* dapat dilakukan di rumah atau di manapun calon pembeli berada, asalkan memiliki akses internet dan *gadget*. Media penjualan *e-commerce* yang dimaksud adalah seperti *Website*, *Shopee*, *Tokopedia*, *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan lain sebagainya.

Secara spesifik, media penjualan yang digunakan dalam penelitian ini adalah media digital, menurut Blanchard dalam (Ayuni et al., 2019) bahwa pemakaian media digital dalam bisnis tidak hanya semata-mata dilakukan untuk aktivitas pemasaran saja, namun media digital ini dapat juga digunakan sebagai mekanisme komunikasi terintegrasi sehingga dapat memperkuat pengaruh dari setiap peran di dalam suatu organisasi dengan menggunakan kekuatan jejaring manusia dengan menggunakan suatu *platform*.

Website

Menurut (Trimarsiah & Arafat, 2017), *website* merupakan kumpulan dari halaman-halaman web, yang biasanya terangkum dalam suatu *domain* atau *subdomain*, yang tempatnya terletak di dalam *World Wide Website (WWW)* di internet. Sebuah halaman *website* merupakan dokumen yang ditulis dalam format *HTML (Hyper Text Markup Language)*, yang dapat di akses setiap saat melalui *HTTP (Hyper Text Transfer Protocol)*, yaitu protokol yang dapat mengirimkan informasi dari *server web* agar dapat ditampilkan kepada para pengguna melalui *web browser*.

Website merupakan media untuk memperkenalkan usaha berupa halaman yang dapat di akses menggunakan internet dan terdiri atas *domain* yang biasanya merupakan nama usaha, dan *hosting* sebagai tempat pengolahan data *website*. Pada *website* terdapat halaman-halaman yang menjelaskan mengenai usaha yang dilakukan, diantaranya adalah :

1. Profil usaha.

Pada halaman ini menjelaskan bagaimana riwayat usaha tersebut didirikan, visi dan misi, orang-orang yang mendirikan usaha tersebut, pihak-pihak yang dapat dihubungi pada saat melakukan transaksi, saat pengajuan klaim produk, saat melakukan pembayaran, dan pihak-pihak lain yang berhubungan dengan proses jual-beli yang dilakukan pada halaman *website* tersebut. Halaman profil usaha merupakan halaman yang penting pada sebuah *website*, karena calon pembeli harus mengetahui kepada siapa mereka melakukan transaksi. Apakah mereka melakukan transaksi kepada pihak-pihak yang memiliki itikad baik, atau sebaliknya. Dalam hal ini, pelaku usaha wajib menerangkan serinci mungkin, agar calon pembeli merasakan keamanan dalam melakukan transaksi

2. Profil produk.

Halaman ini berisi etalase produk yang dijual, pada etalase tersebut sejatinya berisi penjelasan yang lengkap mengenai produk atau jasa yang dijual, baik itu berupa gambar, video, animasi, maupun keterangan mengenai produk secara rinci seperti ukuran berat, lebar, panjang, warna, material yang digunakan, cara perawatan produk, dan penjelasan lainnya.

3. Cara melakukan pembelian.

Dalam sebuah *website*, halaman yang berisi mengenai penjelasan cara melakukan pembelian produk atau jasa merupakan halaman yang penting dibuat, hal ini dilakukan agar calon pembeli tidak bingung saat akan melakukan pembelian pada *website* tersebut, terutama pembeli yang pertama kali berbelanja secara *online*. Karena seperti halnya toko *offline*, dimana pembeli dan penjual bertemu secara langsung, setiap toko memiliki cara yang berbeda-beda dalam menerapkan cara pembelian kepada pembeli. Ada toko yang menerapkan cara pembelian dengan menggunakan keanggotaan, atau pun cara pembelian yang tidak menggunakan keanggotaan.

4. Cara melakukan pembayaran.

Merupakan halaman yang memberikan penjelasan mengenai alur pembayaran yang dilakukan oleh calon pembeli. Cara melakukan pembayaran pada *e-commerce* biasanya dilakukan dengan menggunakan berbagai macam metode, seperti transfer melalui ATM, Indomaret, Alfamart, *e-wallet*, ataupun cara melakukan pembayaran dengan menggunakan *internet banking*, baik yang melalui bank yang sama ataupun melalui bank yang berbeda.

5. FAQ (Frequent Ask Questions).

Seringkali pembeli bingung atau ingin bertanya hal-hal yang ingin diketahuinya sebelum melakukan pembelian, bila pembelian dilakukan secara langsung mendatangi toko *offline* maka pembeli dapat menanyakan hal-hal yang ingin diketahuinya kepada pegawai yang saat itu bertugas di dalam toko, namun berbeda dengan pembelian melalui *e-commerce* dimana pegawai toko tidak dapat

ditemukan, pembeli akan kesulitan untuk bertanya. Biasanya sebuah *website* yang *professional* sudah memiliki rangkuman dari pertanyaan-pertanyaan standar yang sering ditanyakan oleh calon pembeli. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dicantumkan pada halaman *FAQ* berserta jawabannya.

6. Fitur Chat

Fitur *chat* merupakan fitur yang penting dalam sebuah *e-commerce*. Walaupun terdapat halaman *FAQ*, namun banyak hal spesifik terkait dengan produk yang akan menjadi kepuasan bagi pembeli untuk menanyakan secara langsung kepada penjual. Hal-hal tersebut, dapat dilakukan dengan menggunakan fitur *chat*.

Marketplace/Digital Platform

Marketplace merupakan penyedia forum untuk banyak penjual, yang mana penjual-penjual tersebut dapat merepresentasikan katalog produk mereka dan melakukan perdagangan sebanyak-banyaknya untuk memenuhi kebutuhan pembeli (Grieger, 2003). *Marketplace/digital platform* juga merupakan media penjualan yang saat ini sangat ramai digunakan, baik oleh penjual maupun oleh pembeli. *Marketplace* yang dimaksud adalah seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Blibli, Lazada, dan lain sebagainya. *Marketplace* merupakan media yang sangat banyak digunakan oleh kalangan usaha untuk menawarkan produk atau jasanya, terutama usaha-usaha yang tidak terlalu besar, dan mereka yang baru memulai usaha. Walaupun pada kenyataannya saat ini, *marketplace* juga merupakan salah satu media penjualan yang menjadi sasaran utama para pengusaha-pengusaha besar, hal ini dapat dibuktikan dengan semakin bertambahnya toko-toko *online* pada *marketplace* yang merupakan *official store*.

Media Sosial

Media sosial merupakan media yang digunakan dengan menggunakan sistem dalam jaringan atau yang biasa disebut dengan media daring. (Akram & Kumar, 2017) Media sosial merupakan *platform online* yang digunakan orang untuk membangun jaringan sosial ataupun ikatan sosial dengan orang lain yang mempunyai atensi, kegiatan, latar belakang, ataupun ikatan kehidupan nyata yang sama, baik secara individu ataupun karir. Para pengguna dapat menggunakan media daring tersebut untuk dapat saling berbagi, saling berhubungan, dan saling berinteraksi secara virtual. Media daring yang biasanya digunakan adalah *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan lain sebagainya.

Pesan Instan/Pesan Singkat

Pesan singkat merupakan suatu sistem yang digunakan untuk mengirim dan menerima pesan secara cepat dengan menggunakan jaringan internet. Pesan singkat yang dikirimkan oleh para pengguna secara dua arah baik pengguna sebagai pengirim pesan maupun pengguna sebagai penerima pesan.

Komunikasi pesan singkat ini dilakukan secara cepat dan *real time*. Pesan singkat yang banyak digunakan saat ini adalah *WhatsApp*, *Line*, *Telegram*, dan media pesan singkat lainnya.

E-Commerce

E-commerce (electronic commerce) berdasarkan pada *Organizations for Economic Co-Operation and Development (OECD) 2009* (Luthfi et al., 2021) merupakan penjualan ataupun pembelian benda/jasa yang dilakukan lewat jaringan PC dengan sistem yang secara spesifik dirancang dengan tujuan menerima ataupun melaksanakan pesanan namun pembayaran serta pengiriman utama benda/jasa tidak selalu dilaksanakan secara online. Transaksi *e-commerce* bisa terjalin antar usaha, rumah tangga, perseorangan, instansi pemerintah, serta organisasi swasta ataupun publik yang lain.

Pendapatan E-commerce

Pendapatan *E-commerce* merupakan pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku usaha dari penjualan produk/jasa melalui media penjualan *e-commerce*. Sedangkan menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 pada pasal enam ayat satu, dua dan tiga (OJK, 2008) tentang pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 1. Klasifikasi Kekayaan dan Pendapatan UMKM

Jenis Usaha	Klasifikasi	
	Kekayaan Bersih	Pendapatan/tahun
Mikro	< Rp. 50Jt	< Rp. 300Jt
Kecil	Rp. 50jt – Rp. 500Jt	Rp. 300jt – Rp. 2,5M
Menengah	Rp. 500Jt – Rp.10M	>Rp. 2,5M – Rp. 50M

Sumber : Undang-Undang No. 20 tahun 2008 yang diolah (2021)

Internet

(Rustam, 2017) Internet merupakan komunikasi antar manusia dengan menggunakan jaringan komunikasi elektronik yang dapat terjadi disebabkan adanya koneksitas jaringan computer.

Kerangka Berpikir

Dengan berlandaskan latar belakang dan teori yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan kerangka berpikir untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :



Sumber : Penelitian (2021)
Gambar 1 Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji statistik *Multiple Regression* atau Regresi Berganda dan uji F. Menurut Machfoedz dalam (Agung, 2020) sesuatu desain penelitian bisa dikatakan bermutu ataupun mempunyai ketepatan bila terpenuhi dua ketentuan, yaitu dapat digunakan guna menguji hipotesis (khusus bagi penelitian yang menggunakan metode kuantitatif analitik) serta mampu mengatur ataupun mengendalikan varian. Untuk melakukan uji asumsi klasik, alat uji yang digunakan adalah uji normalitas dan uji multikolinieritas. Sedangkan proses data yang dilakukan untuk melakukan pengujian dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *eviews*

Teknik Pengumpulan dan Data

Menurut Trisliatanto dalam (Agung, 2020), proses pengumpulan informasi secara kuantitatif, diantaranya adalah data sekunder berupa informasi yang didapat dari lembaga ataupun institusi terpaat. Penelitian ini menggunakan data sekunder, dan data sekunder yang digunakan adalah data yang diambil dari publikasi Badan Pusat Statistik berdasarkan hasil survei yang sudah diterbitkan dengan judul “Statistik *E-Commerce* 2020”.

Teknik Analisis Data

Analisis data ialah proses mengorganisasikan serta menyusun data ke dalam pola, jenis, serta satuan penjelasan dasar sehingga bisa ditemui tema serta bisa diformulasikan hipotesis kerja sebagaimana yang didasarkan oleh data (Agung, 2020). Teknik analisis data yang digunakan untuk dapat menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji asumsi klasik normalitas, uji multikolinieritas, uji F, dan uji validitas regresi berganda.

Uji Asumsi Regresi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat statistik yang wajib dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi linear berganda (Eko et al., 2017). Uji asumsi klasik yang dipakai untuk penelitian ini adalah uji normalitas dan uji multikolinieritas. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang disajikan dalam suatu penelitian merupakan data yang memiliki distribusi normal ataukah data yang memiliki distribusi yang tidak normal. Sedangkan uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya masalah multikolinieritas pada model yang dilakukan prediksi.

Uji F

Uji F dimaksudkan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk melihat apakah ada keterikatan antar variable independen yang jumlahnya lebih dari 1, dengan variabel dependen. Sehingga rumus persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \varepsilon \dots (1)$$

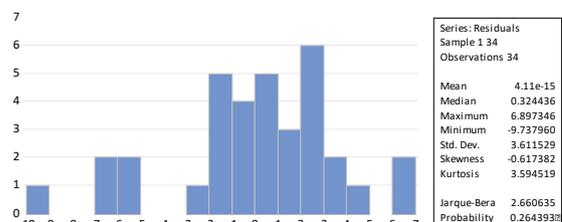
Keterangan :

- Variabel Y = pendapatan *e-commerce*
- Variabel X1 = *website*
- Variabel X2 = *marketplace/digital platform*
- Variabel X3 = media sosial
- Variabel X4 = pesan instan
- ε = nilai residu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang disajikan dalam suatu penelitian merupakan data yang memiliki distribusi normal ataukah data yang memiliki distribusi yang tidak normal.



Sumber : Data sekunder yang diolah (2021)

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Pada histogram di atas terlihat bahwa nilai dari *Jarque-Bera* (JB) adalah sebesar 2.660635, sedangkan nilai pada table *Chi square* untuk

penelitian ini adalah sebesar 48.6024 (nilai JB < nilai tabel *Chi square* atau 2.660635 < 48.6024).

Sedangkan pada nilai *Probability* ditampilkan nilai sebesar 0.264393, sehingga nilai *Probability* > α , atau 0.264393 > 0.05.

Dengan melihat nilai *Jarque-Bera* dan *Probability* diatas, dapat disimpulkan bahwa data sekunder yang disajikan pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut (Sukmono, 2014) dalam (Eko et al., 2017) varians parameter yang diestimasi akan dapat lebih besar dari yang semestinya disebabkan karena adanya multikolinieritas, sehingga estimasi dari tingkat akurasi menjadi turun. Multikolinieritas merupakan suatu keadaan dimana adanya korelasi antara variabel independen atau antar variabel independen yang tidak memiliki sifat saling bebas. Besaran (*quality*) yang bisa dipakai untuk melakukan pendeteksian adanya multikolinieritas yaitu faktor inflasi ragam atau disebut juga dengan Variance Inflation Factor / VIF (Sriningsih et al., 2018). Masalah multikolinieritas yang serius diidentifikasi dengan adanya nilai VIF yang lebih besar dari 10 (Ryan, 1997).

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors
Sample: 1 34
Included observations: 34

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	326,1859	747,2157	NA
Website	0,116967	5,884623	2,325281
Marketplace	0,012962	16,38497	4,891026
Mediasosial	0,004792	60,79631	1,728156
Pesaninstan	0,022275	417,8326	2,499150

Sumber : Data sekunder yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 2 hasil uji multikolinieritas di atas, tercantum nilai *centerd VIF* pada masing-masing variabel independent yaitu: *website* 2.325281, *marketplace/digital platform* 4.891026, media sosial 1.728156, dan pesan instan sebesar 2.499150, menunjukkan nilai yang besarnya kurang dari 10. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model yang diprediksi tidak teridentifikasi adanya multikolinieritas.

Analisis Regresi Berganda

Berikut ini adalah tabel 3 yang merupakan hasil analisis regresi berganda dari olah data sekunder menggunakan aplikasi *eviews*.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

Dependent Variable: KR GD R 300JT
Method: Least Squares
Sample: 1 34
Included Observations: 34

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	135,1933	18,06062	7,485531	0,0000
Website	-1,065132	0,342005	3,114378	0,0041
Marketplace	-0,320405	0,113851	2,814255	0,0087
Mediasosial	-0,073166	0,069226	1,056917	0,2993
Pesaninstan	-0,330461	0,149247	2,214193	0,0348
R-squared	0,684316	Mean dependent var		89,82618
Adjusted R-squared	0,640773	S.D. dependent var		6,427832
S.E. of regression	3,852557	Akaike info criterion		5,670404
Sum squared resid	430,4237	Schwarz criterion		5,894869
Log likelihood	-91,39687	Hannan-Quinn criter.		5,746953
F-statistic	15,71597	Durbin-Watson stat		2,055052
Prob(F-statistic)	0,000001			

Sumber : Data sekunder yang diolah (2021)

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Berdasarkan nilai *coefficient* pada *adjusted R square* tabel 3, yaitu sebesar 0.640773, dapat disimpulkan bahwa 64.08 persen variabel independen mempengaruhi variable dependen, sisanya sebesar 35,92 persen dipengaruhi oleh variable independen lainnya.

Uji F

Menurut (Lind et al., 2014) dalam (Marita, 2015), uji F dibutuhkan untuk mengenali apakah terdapat pengaruh simultan dari seluruh variabel bebas yang diformulasikan terhadap variabel terikatnya. Dalam melakukan uji F, pengambilan keputusan didasarkan pada nilai *Prob (F-statistic)* yang tercantum pada hasil olah data tabel 3.

Hipotesis Statistik

H_0 : variabel-variabel independen yaitu *website*, *marketplace*, media sosial, dan pesan instan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variable dependen pendapatan *e-commerce*.

H_1 : variabel-variabel independen yaitu *website*, *marketplace*, media sosial, dan pesan instan secara

bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen *e-commerce*.

Dasar pengambilan keputusan :

Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 atau F hitung < F table maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 atau F hitung > F table maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Keputusan :

1. Nilai *Prob (F-statistic)* = 0.000001 < 0.05 maka H_0 ditolak, yang berarti variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.
2. Nilai *p-value* variabel *website* = 0.041 < 0.05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel independen *website* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variable pendapatan *e-commerce*.
Semakin tinggi penjualan melalui *website*, maka akan semakin tinggi pendapatan melalui *e-commerce*.
3. Nilai *p-value* variabel *marketplace/platform digital* = 0.0087 < 0.05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel *marketplace/platform digital* secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel pendapatan *e-commerce*.
Semakin tinggi penjualan melalui *marketplace/platform digital*, maka akan semakin tinggi pendapatan melalui *e-commerce*.
4. Nilai *p-value* variable media sosial = 0.2993 > 0.05, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti variabel media sosial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan *e-commerce*.
Semakin tinggi penjualan melalui media sosial maka tidak dapat disimpulkan akan semakin tinggi pula pendapatan melalui *e-commerce*.
5. Nilai *p-value* variable pesan instan = 0.0348 < 0.05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variable pesan instan secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variable pendapatan *e-commerce*.

Dengan demikian, berdasarkan nilai *coefficient* yang tertera pada tabel *output*, didapatkan persamaan regresi linier berganda seperti berikut ini :
$$Y = 135,193 + (-1,065 * X_1) + (-0,320 * X_2) + (-0,073 * X_3) + (-0,330 * X_4)$$

Berdasarkan rumus persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Terdapat nilai konstanta positif sebesar 135,193, sehingga dapat dinyatakan bahwa nilai variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata pendapatan naik sebesar 135.193 persen.
2. Nilai koefisien *website* adalah sebesar -1.065, dengan nilai koefisien yang negatif dan asumsi mengabaikan variabel bebas lainnya menunjukkan bahwa *website* memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan *e-commerce*, sehingga bila pendapatan *e-commerce* meningkat sebesar 1

persen maka mengakibatkan penurunan pendapatan *e-commerce* sebesar 1.065 persen.

3. Nilai koefisien *marketplace/digital platform* adalah sebesar -0.320, dengan nilai koefisien yang negatif dan asumsi mengabaikan variabel bebas lainnya menunjukkan bahwa *marketplace/digital platform* memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan *e-commerce*, sehingga bila pendapatan *e-commerce* meningkat sebesar 1 persen maka menurunkan pendapatan *e-commerce* sebesar 0.320 persen.
4. Nilai koefisien media sosial adalah sebesar -0.073, dengan nilai koefisien yang negatif dan asumsi menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan *e-commerce*, sehingga bila pendapatan *e-commerce* meningkat sebesar 1 persen maka menurunkan pendapatan *e-commerce* sebesar 0.073 persen.
5. Nilai koefisien pesan instan adalah sebesar -0.330, dengan nilai koefisien yang negatif dan asumsi mengabaikan variabel bebas lainnya menunjukkan bahwa pesan instan memiliki pengaruh negatif terhadap pendapatan *e-commerce*, sehingga bila pendapatan *e-commerce* meningkat sebesar 1 persen maka menurunkan pendapatan *e-commerce* sebesar 0.330 persen,

KESIMPULAN

Sebesar 64.08 persen variabel independen (*website*, *marketplace/digital platform*, media sosial, dan pesan instan) mempengaruhi variable dependen (pendapatan *e-commerce*). Variabel-variabel independen terbukti secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Secara parsial, masing-masing variabel independen yaitu *website*, *marketplace/digital platform*, dan pesan instan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan yang di dapat melalui *e-commerce*, namun tidak dengan variabel media sosial. Keempat variabel independen yang digunakan sebagai saluran distribusi/media penjualan merupakan media penjualan yang tepat bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan *e-commerce*. Tidak signifikannya variabel media sosial secara parsial terhadap peningkatan pendapatan *e-commerce* disebabkan karena transaksi yang dilakukan melalui media sosial dialihkan menjadi transaksi melalui *marketplace/digital platform*. Pengalihan transaksi ini disebabkan kurangnya kepercayaan pembeli bila melakukan transaksi secara langsung kepada penjual sehingga pembeli memerlukan pihak lain yang lebih dapat dipercaya oleh pembeli sebagai media transaksi.

REFERENSI

Agung, Di. T. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah*

- (Giovanni (ed.); 1st ed.). Andi.
- Akhmad, S. (2014). Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” Ke “4C.” *Journal of Applied Business and Economics*, 1, 17–23. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JA BE/article/viewFile/1360/1084>
- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of COmputer Sciences and Engineering*, 5(10), 347–354. https://www.researchgate.net/publication/323903323_A_Study_on_Positive_and_Negative_Effects_of_Social_Media_on_Society
- Ayuni, Q., Cangara, H., & Arianto. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23 No. 2, 129–141. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/view/2382>
- Eko, S., Mariani, S., & Sugiman. (2017). Perbandingan Metode Partial Least Square (PLS) Dan Principal Component Regression (PCR) Untuk Mengatasi Multikolinearitas Pada Model Regresi Linear Berganda. *UNNES Journal of Mathematics*, 6(2), 117–128. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ujm/article/view/11819>
- Grieger, M. (2003). Electronic marketplaces: A literature review and a call for supply chain management research. *European Journal of Operational Research*, 280–294. <https://core.ac.uk/download/pdf/208724007.pdf>
- Hari, Moch Purwiantoro, S.W., D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA*, 1(1), 30–39. <https://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/viewFile/19/11>
- Lind, A. D., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2014). *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi* (15 Buku I). Salemba Empat.
- Luthfi, A. K., Anggraini, N. R., Syakilah, A., Citra, V. W., Untari, R., & Sutarsih, T. (2021). *Statistik E-Commerce 2020*. <https://www.bps.go.id/publication/2020/12/24/2548417ddc6dab8247553124/statistik-e-commerce-2020.html>
- Marita, W. E. (2015). Pengaruh Struktur Organisasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penerapan Business Entity Concept. *AKRUAL Jurnal Akuntansi*, 7(1), 18–40.
- OJK. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah*. 2008.
- Rustam, M. (2017). Internet Dan Penggunaannya (Survei di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21 No. 1, 13–24. <https://doi.org/10.17933/jskm.2017.210102>
- Ryan, T. P. (1997). *Modern Regression Methods*. John Wiley & Sons.
- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). Penanganan Multikolinieritas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/JIS/article/view/19396>
- Sukmono, A. (2014). *Penggunaan Partial Least Square Regression (PLSR) untuk Mengatasi Multikolinearitas Dalam Estimasi Klorofil Daun Tanaman Padi dengan Citra Hiperspektral*. Program Studi Teknik Geodesi, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro.
- Trimarsiah, Y., & Arafat, M. (2017). Analisis Dan Perancangan Website Sebagai Sarana Informasi Pada Lembaga Bahasa Kewirausahaan Dan Komputer Akmi Baturaja. *Jurnal Ilmiah Matrik*, Vol.19 No., 1–10. <https://media.neliti.com/media/publications/224989-analisis-dan-perancangan-website-sebagai-8f2cd456.pdf>

Penerapan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Untuk Meningkatkan Efisiensi Pengendalian Persediaan Bahan Baku Pada CV Syahdika

Ratningsih

Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: ratningsih.rnn@bsi.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
08-09-2021	18-09-2021	20-09-2021

Abstrak - CV Syahdika merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri manufaktur yang memproduksi baju koko, dalam proses produksinya sangat berkaitan dengan persediaan bahan baku, CV Syahdika belum optimal dalam mengendalikan tingkat persediaan bahan bakunya karena kebijakan perusahaan masih menggunakan data data histori masa lalu, sehingga memerlukan suatu metode yang dapat mengoptimalkan pembelian bahan baku dan meminimalkan biaya persediannya, metode yang tepat dalam memecahkan masalah ini yaitu menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengendalian persediaan bahan baku CV Syahdika dengan membandingkan kebijakan pengelolaan persediaan yang berlaku sekarang di perusahaan dan menggunakan metode EOQ. Hasil dari penelitian ini bahwa pengendalian persediaan lebih efisien menggunakan metode EOQ, terbukti dapat melakukan penghematan dari faktor biaya yang harus dikeluarkan, dapat dilihat jumlah rata rata pembelian bahan baku sebanyak 3.550 yard setiap kali pesan dengan jumlah pemesanan 12 kali dalam setahun dan biaya persediannya sebesar RP. 8.408.333,345,- Sedangkan bila menggunakan metode EOQ jumlah pembeliannya sebanyak 15. 713,24 yard dengan jumlah pemesanan 3 kali dalam setahun dan biaya persediannya sebesar RP. 3.614.784,84,- Berdasarkan metode EOQ perusahaan harus mengadakan *safety stock* sebesar 1.498 yard dan *Re Order Point* sebesar 1.420 yard untuk mengantisipasi keterlambatan bahan baku dan supaya bahan baku sesuai dengan *lead time*

Kata kunci: bahan baku, biaya pemesanan, biaya penyimpanan, metode EOQ, persediaan

Abstract - CV Syahdika is a company engaged in the manufacturing industry that produces koko clothes, in the production process is closely related to the supply of raw materials, CV Syahdika is not optimal in controlling the level of raw material inventories because the company policy still uses historical data, so it requires a method which can optimize the purchase of raw materials and minimize the cost of supplies, the right method in solving this problem is to use the *Economic Order Quantity* (EOQ) method. The purpose of this study was to determine the control of raw material inventory by CV Syahdika by comparing the current inventory management policies in the company and using the EOQ method. The results of this study that inventory control is more efficient using the EOQ method, proven to be able to make savings from the cost factors that must be incurred, can be seen the average amount of raw material purchases of 3,550 yards per message with the number of orders 12 times a year and the supply costs of Rp. . 8,408,333,345, - whereas when using the EOQ method the purchase amount is 15. 713.24 yards with the number of orders 3 times a year and the supply costs are Rp. 3,614,784.84, - Based on the EOQ method the company must hold a safety stock of 1,498 yards and a Re Order Point of 1,420 yards to anticipate delays in raw materials and so that raw materials are in accordance with lead time.

Keywords: EOQ method, inventory, ordering costs, raw materials, storage costs

PENDAHULUAN

Pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur baik itu perusahaan yang berskala kecil, sedang ataupun besar di dalam menjalankan kegiatan bisnisnya harus menghasilkan produk yang memiliki kualitas yang baik yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para pembeli atau konsumen sehingga konsumen merasa mendapat tingkat kepuasan yang maksimal atas penggunaan produk perusahaan tersebut. Dalam proses produksi, perusahaan

membutuhkan bahan baku untuk menghasilkan produknya. Bahan baku adalah sesuatu yang digunakan untuk membuat barang jadi (Nanda, 2015) Bahan pasti menempel menjadi satu dengan barang jadi. Dalam sebuah perusahaan, bahan baku dan bahan penolong memiliki arti yang sangat penting karena menjadi modal terjadinya proses produksi sampai hasil produksi. Berdasarkan hal demikian maka perusahaan khususnya di bagian produksi harus memperhatikan mengenai masalah persediaan bahan bakunya. Persediaan adalah barang barang yang

disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa atau periode yang akan datang (Abdul and Albasit, 2019). Sistem dalam pengelolaan persediaan merupakan serangkaian kebijakan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga.

CV Syahdika merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 2006 yang bergerak di bidang usaha manufaktur yang memproduksi barang jadi berupa baju koko. Di dalam menjalankan kegiatan proses produksinya CV Syahdika di dalam melakukan pembelian bahan baku produknya atau dalam mengelola tingkat persediaan bahan bakunya masih menggunakan data data histori masa lalu atau berdasarkan pengalaman dilapangan saja tidak menggunakan metode khusus sehingga adakalanya di temui kendala atau masalah yang muncul seperti terjadi ketidakstabilan dalam mengelola tingkat persediaan bahan bakunya seperti terkadang perusahaan membeli bahan baku dengan jumlah yang sangat banyak dan menimbun stok persediaan digudang dengan alasan supaya mendapatkan diskon jika pembelian bahan baku dalam jumlah banyak tanpa memperhatikan masalah apa yang akan muncul di masa yang akan datang sehingga mengakibatkan tingginya jumlah biaya yang harus dikeluarkan dalam hal biaya penyimpanan atau biaya pemeliharaannya sehingga di rasa tidak efektif terjadi sejumlah pemborosan biaya biaya yang harus dikeluarkan, atau terkadang juga sebaliknya pernah terjadi masalah minimnya stok persediaan di gudang sehingga mengakibatkan terhambatnya proses produksi yang mengakibatkan turunnya tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut CV syahdika masih belum optimal di dalam melakukan pengendalian persediaan bahan bakunya sehingga perlu dibantu dengan metode khusus agar tingkat pemesanan optimal dengan meminimalkan biaya persediaan atau biaya pembeliannya yaitu menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) sehingga dengan metode ini CV Syahdika bisa lebih mengoptimalkan lagi pengendalian persediaannya. Oleh karena itu maka penulis merasa tertarik untuk meneliti mengenai penerapan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) untuk meningkatkan efisiensi pengendalian persediaan bahan baku pada CV Syahdika. (Batennia et al., 2019) “persediaan dapat diartikan sebagai barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa atau periode yang akan datang”. (Sejati et al., 2016) “persediaan adalah suatu persediaan aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud dijual dalam suatu periode usaha yang normal, atau persediaan barang-barang yang masih dalam proses produksi, ataupun persediaan bahan baku yang masih menunggu untuk digunakan dalam suatu proses produksi.

Berdasarkan pengertian persediaan menurut para ahli seperti yang disebut diatas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa persediaan merupakan sejumlah bahan-bahan yang disediakan berupa bahan

baku serta bahan-bahan dalam proses untuk proses produksi yang terdapat dalam perusahaan untuk memenuhi permintaan dari konsumen setiap waktu.

a. Biaya-Biaya Dalam Persediaan

Biaya dalam sistem persediaan secara umum dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Biaya Pembelian (*Purchasing Cost*)
Biaya pembelian (*purchase cost*) dari suatu *item* adalah harga pembelian setiap unit *item* jika *item* tersebut berasal dari sumber-sumber eksternal, atau biaya produksi per unit bila *item* tersebut berasal dari internal perusahaan atau diproduksi sendiri oleh perusahaan.
- 2) Biaya Pengadaan (*Procurement Cost*)
Biaya pengadaan dibedakan atas 2 jenis sesuai asal-usul barang.
 - a) Pemesanan (*Ordering Cost*)
Biaya Biaya pemesanan adalah semua pengeluaran yang timbul untuk mendatangkan barang dari luar.
 - b) Biaya Pembuatan (*Set up Cost*)
Ongkos pembuatan adalah semua pengeluaran yang ditimbulkan untuk persiapan memproduksi barang.
- 3) Biaya Penyimpanan (*Holding Cost*)
Biaya penyimpanan (*holding cost*) merupakan biaya yang timbul akibat disimpannya suatu item
- 4) Biaya Kekurangan Persediaan (*Shortage Cost*)
Dari semua biaya-biaya yang berhubungan dengan tingkat persediaan, biaya kekurangan bahan (*stockout cost*) adalah yang paling sulit diperkirakan. Biaya ini timbul bilamana persediaan tidak mencukupi permintaan produk atau kebutuhan bahan.

Berikut dibawah ini beberapa penelitian terdahulu Penelitian mengenai Analisis Efisiensi Biaya Persediaan menggunakan metode EOQ (*Economic Order Quantity*) Pada PT. XYZ (Umami et al., 2018) membahas tentang suatu alat atau teknik yg di gunakan oleh manajemen untuk mengetahui tingkat persediaan bahan baku digudang dengan membuat perencanaan persediaan untuk memenuhi pesanan pembeli dan untuk menghindari adanya persediaan berlebih yang menyebabkan penggunaan dana menjadi tidak efisien. Metode yang digunakan yaitu metode *Economic Order Quantity* (EOQ) yaitu suatu metode yang digunakan untuk melakukan pembelian dalam jumlah optimal serta untuk mengurangi biaya persediaan. Dengan metode EOQ ini dapat dicari pula mengenai *ReOrder Point* (ROP), *Maximum Inventory* dan *Safety stock*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai penerapan Metode EOQ (*Economic Order Quantity*) dalam mendeskripsikan gambaran perencanaan persediaan untuk melakukan pembelian optimal dengan biaya persediaan minimum yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Kemudian penelitian mengenai Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Kayu Cempaka Pada Industri mebel dengan Menggunakan Metode EOQ (Studi Kasus Pada UD. Batu Zaman) (Simbar1 et al., 2014) membahas tentang volume bahan baku kayu cempaka optimal yang dibutuhkan oleh UD. Batu Zaman untuk periode tahun 2013. Metode yang digunakan dalam analisis adalah metode *Economic Order Quantity* (EOQ) yaitu suatu metode atau alat yang digunakan untuk mengetahui kuantitas pembelian optimal dengan penggunaan biaya persediaan minimum, Dengan metode EOQ ini dapat dicari mengenai pengendalian persediaan dari segi total biaya persediaan, *Safety Stock* dan *Re Order Point* (ROP). Selanjutnya penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian komparatif. Adapun subjek dari penelitian ini adalah CV Syahdika yang berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan, Kawalu, Kersamenak, Tasikmalaya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah kebutuhan bahan baku pertahun, biaya pemesanan, biaya persediaan. Ada beberapa variable analisis perhitungan untuk mendukung penggunaan metode EOQ yaitu sebagai berikut:

Metode yang digunakan adalah Metode *Economic Order Quantity* (EOQ)

a) *Economic order Quantity*

EOQ merupakan nilai jumlah bahan yang dibutuhkan selama setiap kali pembelian dengan menggunakan biaya paling ekonomis.

Rumus yang digunakan dalam menghitung EOQ adalah :

$$EOQ = \sqrt{\frac{2SD}{H}} \quad (1)$$

Dimana :

D : Jumlah kebutuhan bahan baku per tahun

S : Biaya pemesanan sekali pesan

H : Biaya penyimpanan per unit

b) *Total Inventory Cost* (TIC)

Total inventory cost merupakan perhitungan total persediaan bahan baku yang digunakan untuk mengetahui apakah perhitungan pembelian persediaan menggunakan metode EOQ lebih baik dibandingkan dengan metode konvensional perusahaan.

Rumus yang digunakan untuk menghitung TIC adalah :

TIC=

$$\left[\frac{D}{Q}S\right] + \left[\frac{Q}{2}H\right] \quad (2)$$

Dimana :

D : jumlah kebutuhan bahan baku

S : Biaya pemesanan

H : Biaya penyimpanan per unit

Q : Pembelian bahan baku yang ekonomis

c) *Safety Stock*

Penerapan Metode *Economic Order Quantity* (EOQ) Untuk Meningkatkan

Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku (Studi Kasus pada PT Nusamulti Centralestari) (Palupi et al., 2018)

Membahas tentang perbandingan perhitungan biaya persediaan dengan menggunakan kebijakan perusahaan dan menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) lebih efisien mana hasil perhitungan mengenai biaya persediaan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Economic Order Quantity* (EOQ) suatu metode didalam melakukan pembelian sejumlah bahan baku secara optimal dengan mengurangi biaya persediaan yang harus dikeluarkan oleh perusahaan *Safety stock* merupakan metode yang berguna untuk melindungi perusahaan dari segala resiko yang dapat ditimbulkan dari adanya persediaan. Perhitungan *safety stock* didasarkan pada seberapa besar nilai penyimpangan yang terjadi terhadap rata-rata selama periode beberapa bulan terakhir. Nilai penyimpangan adalah *standart deviasi* yang dihitung dengan

menggunakan rumus sebagai berikut : $S_d = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{n}}$

(3)

Dimana :

n : jumlah pemesanan bahan baku

x : jumlah kebutuhan bahan baku

\bar{x} : rata-rata kebutuhan bahan baku

Dari hasil *standart deviasi* tersebut dapat diketahui *safety stock* dengan menggunakan rumus berikut:

$$Safety Stock = S_d \times Z \quad (4)$$

Dimana :

S_d : *Standart Deviasi*

Z : Faktor pengaman

d) *Re Order Point* (ROP)

Re Order Point (ROP) digunakan untuk memonitor barang persediaan, sehingga pada saat melakukan pemesanan barang kembali barang yang dipesan akan datang tepat waktu.

Sebelum menghitung ROP maka terlebih dahulu dicari tingkat penggunaan bahan baku per hari (d)

dengan rumus sebagai berikut: $d = \frac{D}{t}$ (5)

d= Jumlah Kebutuhan bahan baku perhari

D= Total Kebutuhan bahan baku

t=total jumlah kerja per tahun

Rumus yang digunakan untuk menghitung ROP adalah:

$$Reorder point = d \times L \quad (6)$$

Dimana :

d= Jumlah Kebutuhan bahan baku perhari

L= *Lead time* (waktu tunggu)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa hasil wawancara dengan manager bagian produksi yang dilaksanakan oleh Cv Syahdika serta data persediaan bahan baku yang diperoleh dari dokumen bagian produksi mengenai bahan bahan yang dipergunakan dalam membuat

produk baju koko. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif dengan pendekatan komparatif yang dipergunakan untuk membahas mengenai perbandingan penentuan persediaan bahan baku yang diterapkan CV Syahdika dan penentuan persediaan bahan baku dengan menggunakan metode Economic Order Quantity (EOQ).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahan baku yang digunakan oleh CV Syahdika dalam memproduksi baju koko tersebut menggunakan bahan baku utama nya yaitu jenis kain oxford yang didatangkan dari *supplier* bernama PT. Dunia Tex yang berlokasi di solo, frekuensi pemesanan bahan baku kain oxford ini dilakukan satu bulan satu kali dengan waktu tunggu pesan sekitar kurang lebih 10 hari. Kain oxford yang digunakan oleh CV Syahdika pada tahun 2018 jika di perkirakan kurang lebih menghabiskan 42.600 yard dengan harga per yard nya yaitu kurang lebih sebesar Rp. 18.000,-Sedangkan untuk bahan baku pelengkap yang digunakan oleh CV Syahdika yaitu ada yang namanya benang dan untuk benang tersebut ada 2 macam yaitu benang bordir dan benang jahit yang didatangkan dari *supplier* yang bernama Srikandi yang berlokasi di Tasikmalaya , untuk benang bordir biasanya CV Syahdika melakukan pembelian selama setahun kurang lebih sebesar 6000 cones dengan harga/cones yaitu sebesar Rp. 7.800,-, sedangkan untuk pembelian benang jahit dalam setahun CV Syahdika kurang lebih melakukan pembelian sebanyak 8000 cones dengan harga benang jahit/cones sebesar Rp. 1.750/cones, ada satu lagi bahan baku penolong selain benang tersebut yaitu berupa kain keras dimana CV Syahdika melakukan pemesanan atau pembelian ke *supplier* yang berlokasi di bandung, dalam satu tahun kurang lebih CV syahdika melakukan pembelian sebanyak 40 roll dengan harga /roll yaitu sebesar Rp. 350.000,- Untuk lebih jelasnya bisa kita lihat [ada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Data Bahan Baku CV Syahdika

Kain Oxford	42600 Yard
Benang Jahit	8000 cones
Benang Bordir	6000 cones
Kain keras	40 roll

Sumber ; (CV Syahdika, 2018)

Adapun jenis produk jadi yang dihasilkan oleh CV Syahdika berupa baju koko dengan memiliki 3 kode jenis baju koko yaitu KDN, SKT dan SPD.dimana permintaan pemesanan baju koko ini akan meningkat jika mendekati hari raya idul fitri yaitu kurang lebih mengalami kenaikan permintaan atau pemesanan sebanyak 30%. Dalam hal ini kita akan memfokuskan membahas mengenai pengendalian persediaan bahan baku utama yaitu kain oxford yang secara keseluruhan mempengaruhi proses produksi baju koko tersebut.terkadang masalah yang sering dihadapi oleh CV Syahdika

adalah waktu tunggu yang lama sehingga perlu melakukan pembelian yang seoptimal mungkin guna meminimalkan biaya persediaan, supaya proses produksi tetap berjalan lancar. Untuk stok aman di gudang CV Syahdika tidak menghabiskan langsung bahan baku dalam satu kali perputaran proses produksi hal ini dilakukan untuk mengantisipasi jika ada permintaan dadakan atau musiman sehingga bahan baku perlu di cadangkan, CV Syahdika biasanya membuat cadangan persediaan yang tidak dapat ditentukan dan biasanya menggunakan data histori masa lalu saja. Untuk jumlah produksi dalam satu hari menghasilkan produk jadi antara 4000 pcs, 3800 pcs, 3700 pcs, namun jika sedang sepi permintaan maka jumlah produksi sehari sebanyak 2500 pcs. Berikut Data kebutuhan bahan baku kain oxford tahun 2018 (Yard)

Tabel 2. Data Kebutuhan Bahan Baku Tahun 2018

NO	Bulan Pembelian	Jumlah Kain (Yard)
1	Januari	3100
2	Februari	3000
3	Maret	3000
4	April	3200
5	Mei	3200
6	Juni	6300
7	Juli	2800
8	Agustus	4000
9	September	3000
10	Oktober	3500
11	November	3500
12	Desember	4000
Jumlah		42.600
Rata Rata		3.550

Sumber (CV Syahdika, 2018)

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa pembelian bahan baku kain oxford selama tahun 2018 adalah sebesar 42600 yard. dengan frekuensi pemesanan satu bulan satu kali pemesanan jadi jika dalam waktu setahun frekuensi pemesanan bahan baku ke pemasok sebanyak 12 kali.Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa pembelian bahan baku pada setiap bulannya selalu berfluktuasi kadang meningkat dan kadang menurun tingkat pembeliannya, hal ini disebabkan karena dipengaruhi oleh permintaan konsumen yang tidak menentu, jumlah pembelian bahan baku tertinggi terjadi pada bulan Juni karena adanya hari idul fitri sehingga jumlah permintaan konsumen meningkat 30% dan juga secara otomatis jumlah pembelian bahan baku pun tinggi yaitu sebanyak 6300 yard. Dapat kita lihat juga pada bulan juli jumlah pembelian bahan baku berada dalam tingkat pembelian terendah sebesar 2800 yard, dikarenakan jumlah permintaan menurun setelah perayaan idul fitri sehingga jumlah produksi pun dikurangi juga.

3.1.Perhitungan *Total Inventory Cost* (TIC) Menurut Perusahaan dan Metode EOQ

a. Biaya Pemesanan (*Ordering Cost*)

Biaya pemesanan adalah semua pengeluaran yang timbul untuk mendatangkan barang dari luar. Untuk biaya pemesanan CV syahdika dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Data Biaya Pemesanan Kain Oxford

NO	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
1	Biaya Telepon	Rp. 400.000,-
2	Biaya Transportasi dan Pembongkaran	Rp. 7.000.000,-
3	Biaya Administrasi	Rp. 600.000,-
Jumlah		Rp. 8.000.000,-

Sumber : Data Primer yang di olah

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah keseluruhan untuk biaya pemesanan CV Syahdika tahun 2018 adalah sebesar Rp. 8.000.000,-

b. Biaya Penyimpanan (*Carrying Cost*) atau (*Holding Cost*)

Biaya Penyimpanan adalah biaya yang timbul karena disimpannya suatu *item*. Untuk biaya penyimpanan CV Syahdika dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4. Data Biaya Penyimpanan Kain Oxford

No	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
1	Biaya Listrik Gudang	Rp. 800.000,-
2	Biaya Buruh Gudang	Rp. 4.000.000,-
3	Biaya Cadangan Rusak	Rp. 5.000.000,-
Jumlah		Rp. 9.800.000,-

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah keseluruhan untuk biaya penyimpanan CV Syahdika tahun 2018 adalah sebesar Rp. 9.800.000,-

Perhitungan Biaya Pesan dan Biaya Simpan

$$1) \text{ Biaya Pemesanan setiap kali pesan (S)} \\ S = \frac{Rp.8000.000,-}{12} = \frac{\text{total biaya pesan}}{\text{frekuensi pemesanan}} \quad (7)$$

$$S = Rp. 666.666,66,-$$

2) Biaya penyimpanan persatuan bahan baku (H)

$$H = \frac{\text{total biaya simpan}}{\text{total kebutuhan bahan baku}} \quad (8) \\ H = \frac{Rp.9.800.000}{42.600} \\ H = 230,047 \text{ Yard}$$

c. Kebijakan Perusahaan

CV Syahdika menggunakan bahan bakunya jenis kain oxford yang didatangkan dari *supplier* bernama PT Dunia Tex yang berlokasi di Solo, dimana CV syahdika melakukan pemesanan untuk bahan bakunya sebanyak 12 kali dalam setahun.

1) Perhitungan Pembelian Bahan Baku (Q)

Kita akan melakukan perhitungan untuk pembelian bahan baku kain oxford (Q) berdasarkan kebijakan perusahaan yang melakukan pemesanan sebulan sekali. Perhitungannya dapat kita lihat seperti dibawah ini :

$$Q = \frac{42.600}{12} = \frac{\text{total kebutuhan bahan baku}}{\text{frekuensi pemesanan}} \quad (9) \\ Q = 3550 \text{ yard}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan jumlah pembelian bahan baku pada CV

Syahdika dalam sekali pemesanan adalah sebesar 3.550 *yard*

2) Total Biaya Persediaan

Untuk melakukan perhitungan total biaya persediaan maka diketahui :

$$\begin{aligned} - \text{ Total Kebutuhan bahan baku (D)} &= 42.600 \text{ Yard} \\ - \text{ Pembelian Rata-rata bahan baku (Q)} &= 3550 \text{ Yard} \\ - \text{ Biaya pemesanan sekali pesan (S)} &= Rp. 666.666,66,- \\ - \text{ Biaya simpan per Yard (H)} &= Rp. 230,047/\text{Yard} \end{aligned}$$

$$TIC = \left[\frac{42.600}{3.550} 666.666,66 \right] + \left[\frac{3550}{2} 230,047 \right] \left[\frac{D}{Q} S \right] + \left[\frac{Q}{2} H \right] \quad (10)$$

Maka Total biaya persediaan dapat dihitung sebagai berikut :

$$TIC = 7.999.999,92 + 408.333,425 \quad (11) \\ TIC = 8.408.333,345$$

Jadi total biaya persediaan yang harus ditanggung oleh CV Syahdika adalah Rp. 8.408.333,345,-

d. Metode Economic Order Quantity (EOQ)

Adapun sejumlah data yang digunakan untuk melakukan perhitungan metode EOQ adalah sebagai berikut :

1) Pembelian bahan baku yang ekonomis :

$$\begin{aligned} - \text{ Total Kebutuhan bahan baku (D)} &= 42.600 \text{ Yard} \\ - \text{ Biaya pemesanan sekali pesan (S)} &= Rp. 666.666,66,- \\ - \text{ Biaya simpan per Yard (H)} &= Rp. 230,047,- \end{aligned}$$

Maka dapat kita hitung pembelian paling ekonomisnya sebagai berikut :

$$EOQ = 15.713,24 \text{ Yard} \\ EOQ = \sqrt{\frac{2 \times 42.600 \times 666.666,66}{230,047}} \quad EOQ = \sqrt{\frac{2SD}{H}} \quad (12)$$

Jadi jumlah pembelian bahan baku ekonomis menggunakan metode EOQ adalah sebesar 15.713 *Yard*

2) Frekuensi Pemesanan Bahan Baku

$$F = \frac{42.600}{15.713,24} = \frac{D}{EOQ} \quad (13)$$

Dengan menggunakan metode EOQ maka dapat kita hitung jumlah frekuensi pemesanan dalam satu tahun atau disebut juga frekuensi pembelian sebagai berikut :

$$F = 2,7 = 3x$$

Maka kita bisa mengetahui dengan menggunakan metode EOQ Frekuensi pembelian dalam setahun sebanyak 3x

3) Total biaya persediaan

Untuk menghitung total biaya persediaan menurut metode EOQ maka ada sejumlah data yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

- Total kebutuhan bahan baku (D) = 42.600 Yard
- Biaya pemesanan sekali pesan (S) = Rp. 666.666,66,-
- Biaya simpan per Yard (H) = Rp. 230,047,-
- $TIC = \left[\frac{D}{Q} S \right] + \left[\frac{Q}{2} H \right]$ (14)

Pembelian bahan baku paling ekonomis (Q) = 15.713,24 Yard

$$TIC = \left[\frac{42.600}{15.713,24} 666.666,66 \right] + \left[\frac{15.713,24}{2} 230,047 \right]$$

(15)

$$TIC = 1.807.392,98 + 1.807.391,86 \quad (16)$$

$$TIC = 3.614.784,84$$

Jadi total persediaan bahan baku CV Syahdika bila menggunakan metode EOQ adalah sebesar Rp. 3.614.784,84,-

4) Penentuan persediaan Pengaman (*Safety Stock*)

Persediaan pengaman atau *safety stock* dalam suatu perusahaan sangat penting sekali karena akan memperlancar proses produksi jika ada permintaan produksi dadakan atau yang bersifat musiman, hal ini untuk mengantisipasi jika adanya keterlambatan Berdasarkan tabel diatas maka kita akan melakukan perhitungan standar deviasinya :

$$S_d = 907,83 S_d = \sqrt{\frac{9.890.000}{12}} S_d = \sqrt{\frac{\sum(x-\bar{x})^2}{n}} \quad (17)$$

Dengan menggunakan perkiraan atau asumsi bahwa perusahaan memenuhi permintaan Sebanyak 95% dan persediaan cadangan sebesar 5%, maka diperoleh Z dengan tabel normal sebesar 1,65 standar deviasi dari rata-rata :

$$= 1,65 \times 907,83$$

$$= 1.497,92 \text{ jika dibulatkan adalah } 1.498 \text{ Yard}$$

Maka persediaan pengaman yang harus disediakan oleh CV Syahdika adalah sebesar 1.498 Yard

5) Titik Pemesanan Kembali (*Re Order Point*)

CV Syahdika dalam melakukan pemesanan bahan baku kain oxford memiliki waktu tunggu pemesanan sampai bahan baku tiba selama 10 hari (L) = 10 hari, dengan rata rata waktu bekerja dalam setahun rata rata 300 hari, maka sebelum menghitung ROP terlebih dahulu dicari tingkat penggunaan bahan baku dengan cara sebagai berikut :

$$= 142d = \frac{42.600}{300} d = \frac{D}{t} \quad (18)$$

Maka ROP = d x L

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa biaya yang dikeluarkan Perusahaan adalah sebesar Rp 8.408.333,345,-. Sedangkan total biaya persediaan yang dikeluarkan perusahaan bila menggunakan metode EOQ adalah sebesar Rp 3.614.784,84,- dapat diketahui penghematannya sebesar Rp 4.793.548,505,-, hal ini dapat terlihat jelas jika CV

datangnya bahan baku yang dipesan sehingga bisa menyebabkan pelaksanaan proses produksi menjadi terhambat atau terhenti. Dalam menghitung *safety stock* digunakan metode statistik dengan membandingkan rata-rata bahan baku dengan pemakaian bahan baku yang sesungguhnya kemudian dicari penyimpangannya.

Perhitungan standar deviasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Data Perhitungan Standar Deviasi

Bulan	Jumlah bahan baku	X	(X - X̄)	(X - X̄) ²
Januari	3100	3550	-450	202.500
Februari	3000	3550	-550	302.500
Maret	3000	3550	-550	302.500
April	3200	3550	-350	122.500
Mei	3200	3550	-350	122.500
Juni	6300	3550	2750	7.562.500
Juli	2800	3550	-750	562.500
Agustus	4000	3550	450	202.500
September	3000	3550	-550	302.500
Oktober	3500	3550	-50	2500
November	3500	3550	-50	2500
Desember	4000	3550	450	202.500
		Jumlah		9.890.000

Sumber : Data yang diolah, 2018

$$= 142 \times 10$$

$$= 1420 \text{ Yard}$$

Maka CV Syahdika harus melakukan pemesanan bahan baku kain oxford pada tingkat jumlah sebesar 1420 Yard.

6) Perbandingan Kebijakan perusahaan dengan metode EOQ

Dari hasil perhitungan dan analisa di atas maka telah diketahui perbandingan antara total biaya yang dikeluarkan perusahaan dan kebijakan menggunakan metode EOQ seperti yang dapat kita lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 6. Perbandingan kebijakan perusahaan dan Metode EOQ

No	Keterangan	Kebijakan Perusahaan	Metode EOQ
1	Pembelian rata-rata bahan baku	3.550 yard	15.713,24 yard
2	Total Biaya persediaan	Rp.8.408.333,345,-	Rp.3.614.784,84,-
3	Frekuensi Pemesanan	12x	3x
4	<i>Safety Stock</i>	-	1.498 yard
5	<i>Re Order Point</i>	-	1.420 yard

Sumber : Data Primer yang di olah, 2018

Syahdika melakukan pemesanan atau pembelian bahan baku dengan menggunakan metode EOQ, maka Cv Syahdika bisa melakukan pembelian seoptimal mungkin sehingga bisa meminimalkan biaya persediannya, hal ini bisa menghemat atau memangkas biaya biaya yang harus dikeluarkan di

dalam proses produksi guna mendapatkan tingkat keuntungan yang semaksimal mungkin.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka dapat di ambil kesimpulan dari penelitian ini adalah Frekuensi pembelian bahan baku kain oxford Pada CV Syahdika bila menggunakan metode EOQ adalah sebanyak 3 kali pembelian bahan baku dalam satu tahun , sedangkan jika berdasarkan kebijakan perusahaan, frekuensi pemesanan bahan baku nya sebanyak 12 kali dalam satu tahun. Total biaya persediaan bahan baku perusahaan bila dihitung menurut metode EOQ adalah sebesar Rp. 3.614.784,84,- sedangkan bila dihitung berdasarkan kebijakan perusahaan adalah sebesar Rp. 8.408.333,345,-. Terdapat pemangkas biaya persediaan yang harus dikeluarkan oleh CV Syahdika bila menggunakan metode EOQ adalah sebesar Rp. 4.793.548,505,-. CV Syahdika dalam kebijakannya tidak menetapkan adanya persediaan pengaman (*Safety Stock*) ,sedangkan berdasarkan metode EOQ, perusahaan harus mengadakan *Safety Stock* untuk memperlancar proses produksi sebesar 1.498 Yard. Dalam mengantisipasi terjadinya keterlambatan pengiriman bahan baku yang dilakukan oleh pemasok, maka berdasarkan metode EOQ, CV Syahdika harus melakukan titik pemesanan kembali (*Re Order Point*) ketika persediaan bahan baku berada pada jumlah sebesar 1.420 Yard.

REFERENSI

Abdul H, Albasit Q. 2019. Penentuan Jumlah Produksi Produk Sofa Pada Ikm Noni Meubel Di Banjarsari Dengan Metode Linear Programming, Vol 6 No.1: 51–66, Unigal,

Penentuan Jumlah Produksi Produk Sofa Pada Ikm Noni Meubel Di Banjarsari Dengan Metode Linear Programming | Qodir | (Unigal.Ac.Id).

- Batennia K, Suhardi B, Setya F, Hastuti P. 2019. Perencanaan Produksi Pada Seksi Painting Plastic Di Pt . Abc. In: Seminar Dan Konferensi Nasional Idec. Surakarta, P 2–3, Prosiding 2019 – 8th Idec (Uns.Ac.Id).
- Nanda Fs. 2015. Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan. 2: 1–11, [Http://Lib.Unnes.Ac.Id/37996/1/7311414062.Pdf](http://Lib.Unnes.Ac.Id/37996/1/7311414062.Pdf).
- Palupi Pm, Korawijayanti L, Handoyono R, Semarang Pn. 2018. Penerapan Metode Economic Order Quantity (Eoq) Untuk Meningkatkan Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku (Studi Kasus Pada Pt Nusamulti Centralestari). Prossiding Unimus 1: 426–435, Penerapan Metode Economic Order Quantity (Eoq) Untuk Meningkatkan Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku (Studi Kasus Pada Pt Nusamulti Centralestari) | Palupi | Prosiding Seminar Nasional Unimus.
- Sejati M, Singaraja Di, Farhana Cd, Putu G, Jana A, Suwendra I. 2016. Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Pt Ambara. 4: 1–10 [Https://Ejournal.Undiksha.Ac.Id/Index.Php/Jmi/Article/View](https://Ejournal.Undiksha.Ac.Id/Index.Php/Jmi/Article/View).
- Simbarl M, Katiandagho2 Tm, Lolowang2 Tf, Baroleh2 J. 2014. Jurnal Ilmiah, Oktober 2014.
- Umami Dm, Rakhmawati R, Teknologi J, Pertanian I, Pertanian F, Madura Ut, Raya J, Bangkalan T. 2018. Analisis Efisiensi Biaya Persediaan Menggunakan Metode Eoq (Economic Order Quantity) Pada Pt. Xyz. Jurnal Agroteknologi Vol 12 No. 1, [Https://Jurnal.Unej.Ac.Id/Index.Php/Jagt/Article/View/8100](https://Jurnal.Unej.Ac.Id/Index.Php/Jagt/Article/View/8100).

Adaptasi Kebiasaan Baru Selama Pandemic melalui Upaya Peningkatan Produktifitas Wirausaha Mandiri Menuju Ekonomi Berkeadilan

Nafisah Yuliani^{1*}, Diah Pramestari², dan Henni³

^{1,2,3}Universitas Persada Indonesia YAI

Email: ¹nafisah.y@gmail.com ²mesta_dp@yahoo.com ³henn1_bm@yahoo.com

Diterima	Direvisi	Disetujui
08-09-2021	18-09-2021	20-09-2021

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya peningkatan produktifitas wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan sebagai bentuk adaptasi selama pandemic . Sampel terdiri dari para mahasiswa yang sudah punya usaha ataupun yang belum punya usaha sebanyak 137 mahasiswa. Data dikumpulkan melalui survei mail (google formulir) dan dianalisis dengan metode deskriptif untuk mengetahui gambaran dari responden terhadap masalah yang diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan upaya peningkatan produktifitas wirausaha melalui perbaikan karakteristik pengusaha yang unggul, perbaikan strategi pemasaran dan peningkatan performa bisnis merupakan bentuk adaptasi baru dimasa pandemi agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan. Hasil penelitian ini juga memiliki dua implementasi: (1) implementasi teoritis untuk hasil penelitian ini adalah agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan, maka penerapan strategi bersaing berupa Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*), Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*), Strategi Inovasi (*Innovation Strategy*), Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*), Strategi Aliansi (*Alliance Strategy*) , (2) implementasi manajerial untuk hasil penelitian ini adalah adanya upaya peningkatan produktifitas wirausaha melalui perbaikan karakteristik pengusaha yang unggul perbaikan strategi pemasaran dan peningkatan performa bisnis merupakan bentuk adaptasi baru dimasa pandemi agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan. Hal ini memberikan motivasi untuk bertahan ditengah persaingan yang tinggi dengan penguasaan TIK yang mumpuni dan melakukan ekspansi ke mancanegara.

Kata kunci: Adaptasi Kebiasaan Baru, Produktifitas, Wirausaha Mandiri

Abstract - This study aims to determine the efforts to increase the productivity of independent entrepreneurs towards a just economy as a form of adaptation during a pandemic. The sample consists of students who already have a business or who do not have a business as many as 137 students. The data was collected through a mail survey (google forms) and analyzed by descriptive method to find out the description of the respondents to the problem under study. The results of this study indicate that efforts to increase entrepreneurial productivity through improving the characteristics of superior entrepreneurs, improving marketing strategies and improving business performance are a new form of adaptation during the pandemic in order to realize independent entrepreneurship towards a just economy. The results of this study also have two implementations: (1) theoretical implementation for the results of this study is to realize independent entrepreneurship towards a just economy, then the application of competitive strategies in the form of *Cost Leadership Strategy*, *Differentiation Strategy*, *Innovation Strategy* (*Innovation Strategy*), *Growth Strategy*, *Alliance Strategy*, (2) managerial implementation for the results of this study is an effort to increase entrepreneurial productivity through improving the characteristics of superior entrepreneurs, improving marketing strategies and improving business performance as a form of adaptation. only during the pandemic to realize independent entrepreneurship towards a just economy. This provides motivation to survive in the midst of high competition with good ICT mastery and expand overseas

Keywords: Adapting to New Habits, Productivity, Self-Employment

PENDAHULUAN

Telah lebih dari satu tahun pandemic Covid 19 terjadi. Dampak Pandemic dirasakan semua sector, khususnya pelaku UMKM, berdasarkan laporan Survei Berdasarkan data ADBSI 2020 dalam (Jayani, 2020),dampak pandemic berupa penurunan

permintaan dan dan turunnya pejualan, penurunan kegiatan, kesulitan sampai dengan penutupan usaha (sementara/tetap), kesulitan cash-flow dan kredit bermasaah/macet pada lembaga keuangan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku dan kesulitan mendapatkan permodalan usaha.

Dampak Covid 19 terhadap dunia usaha disajikan pada gambar 1.



Gambar 1. Dampak Covid 19 Terhadap Dunia Usaha (Sumber : (Bayu, 2020)

Pada gambar 1 terlihat bahwa dampak Covid-19 terhadap dunia usaha, terjadi penurunan paling besar pada jasa properti sebanyak 54%, automotif 31%, produk industri 15%. Peningkatan paling besar untuk sektor usaha *toiletries* dan *cosmetics* sebesar 59%, *house holds equipment* 39% dan *food & beverage* 28%.

Revolusi Industri 4.0 merupakan upaya adaptasi baru yang ditandai penggantian tenaga manusia dengan mesin yang dilakukan secara otomatis. Sehubungan hal tersebut, kebutuhan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi sangat penting dan mendesak untuk dilakukan perbaikan. Perbaikan kualitas dan kuantitas SDM akan menjadi faktor penentu agar SDM dapat bertahan di era teknologi. Di samping itu, pandemic telah mengubah paradigma dalam berwirausaha. Wirausaha saat ini dituntut untuk melekat teknologi untuk menunjang proses penjualannya yang mulai bergeser dari system *offline* ke system *online*. Dengan adanya system penjualan *online*, maka wirausaha dituntut mahir menggunakan teknologi untuk memperluas pasar, memudahkan promosi dan update produk terbaru agar tidak tertinggal dengan pesaingnya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan produktifitas dari wirausaha tersebut. Dengan adanya upaya peningkatan produktifitas wirausaha maka akan terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan sebagai bentuk adaptasi baru selama pandemic.

Produktifitas

Produktifitas adalah proses mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat. Menurut (Heizer, Jay dan Render, 2015) peningkatan produktivitas berarti perbandingan yang naik antara jumlah sumber daya yang dipakai (input) dengan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan. Pengukuran produktifitas ini bermanfaat untuk evaluasi kemampuan suatu negara menyediakan standar hidup yang baik bagi penduduknya. Dengan penambahan produktivitas, maka standar kehidupan dapat membaik. Terjadi hubungan yang berbanding terbalik antara peningkatan produktifitas dan harga. Harga akan naik, jika tenaga kerja, modal,

manajemen ditingkatkan tanpa meningkatnya produktivitasnya dan sebaliknya.

Untuk meningkatkan produktifitas diperlukan inovasi yang *update* dan terus dilakukan. Jika produktifitas meningkat maka hal ini akan mendukung proses operasi secara keseluruhan. Sehubungan upaya peningkatan produktivitas UMKM, wirausaha mandiri dituntut melekat teknologi untuk menunjang proses penjualannya yang mulai bergeser dari system *offline* ke system *online*. Dengan adanya system penjualan online, maka wirausaha dituntut mahir menggunakan teknologi untuk memperluas pasar, memudahkan promosi dan update produk terbaru agar tidak tertinggal dengan pesaingnya. Untuk itu diperlukan peningkatan produktifitas dari wirausaha tersebut. Berdasarkan laporan penelitian Puslitbang Aptika-IPK tahun 2019, Jumlah kebutuhan SDM Bidang TIK Usaha Besar disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Jumlah Kebutuhan SDM TIK Usaha besar Pada tahun 2020 (Sumber : (Agustina, 2019)

Berdasarkan gambar 2 diatas, maka di tahun 2020 diperkirakan dibutuhkan 129.465 SDM TIK yang bekerja di 8 sektor usaha besar di Indonesia. Untuk mendukung kebutuhan SDM TIK tersebut, perlu upaya meningkatkan produktivitas SDM, khususnya wirausaha mandiri yang melekat teknologi dan bersiap bersaing di dunia usaha. Upaya meningkatkan produktifitas SDM bisa dilakukan dengan cara menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*creatif new and different*) melalui cara berpikir kreatif dan inovatif untuk menciptakan peluang (Suryana, 2014). Ada 3 faktor dalam meningkatkan produktifitas para wirausaha, yaitu Karakteristik pengusaha, strategi pemasaran dan performa bisnis. Ketiga faktor tersebut saling terhubung dan mempengaruhi antara faktor satu dengan faktor lainnya. Seorang wirausaha mandiri akan membuat strategi bisnis dengan cara berpikir kreatif dan inovatif. Hal ini akan berimbas dengan naiknya performa usaha mereka. Untuk itu dibutuhkan kemampuan, pengetahuan dan ketrampilan wirausaha mandiri.

Karakteristik Pengusaha

Proses operasi usaha akan dipengaruhi karakteristik wirausaha mandiri dalam menjalankan usahanya.

Dua hal yang perlu dimiliki seorang wirausaha mandiri adalah *entrepreneurial mentality* dan *administrative mentality*. *Entrepreneurial mentality* adalah kemampuan mental seseorang wirausaha mandiri untuk bisa berinovasi menghasilkan produk-produk yang diinginkan konsumen, bisa memimpin *team-work*-nya dalam bekerja, bisa mengambil keputusan dalam memajukan usahanya, kemampuan melihat peluang usaha di masa yang akan datang, dan kemampuan *problem solving*. Seorang wirausaha mandiri dengan *entrepreneurial mentality* yang tinggi terlihat mandiri, individualistis, dan berpikir positif. *Administrative mentality* adalah kemampuan mental seorang wirausaha mandiri sebagai pribadi dalam *analytical ability* dan *ability to the reality*. *Analytical ability* mencakup kemampuan mental seseorang wirausaha mandiri untuk bisa untuk mengumpulkan informasi, berpikir sistematis, kalkulasi data, dan memecahkan masalah. *Ability to the reality* mencakup kemampuan mental seorang wirausaha mandiri untuk bisa untuk bekerja sama, berpikir rasional, konsisten, dan stabil.

Menurut (Suryana, 2014), karakteristik wirausaha mandiri mempunyai ciri-ciri : (1) percaya diri, (2) berorientasi pada tugas dan hasil, (3) berani menghadapi resiko, (4) berjiwa pemimpin, (5) keorisinalan, (6) berorientasi masa depan.

Strategi Pemasaran

Prinsip dasar pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan (*customer value*), keunggulan bersaing (*competitif advantage*) dan fokus pemasaran (Suryana, 2014) Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan produk yang dihasilkannya agar menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang dibikin disesuaikan dengan target pasar yang diinginkan. Oleh karena itu diperlukan kreatifitas dalam merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran Tujuan pemasaran adalah bisa mendistribusikan barang dan jasa yang telah diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan produk tersebut dibeli oleh konsumen (Supranto, 2019). Untuk memulai pemasaran, harus dimulai dengan adanya riset pemasaran yang bertujuan untuk meneliti produk apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen agar tercipta nilai tambah yang lebih tinggi bagi konsumen daripada nilai yang diciptakan pesaingnya.

Performa Bisnis

Performa bisnis adalah gambaran yang menunjukkan perkembangan suatu usaha, berkembang naik atau turun. Usaha dengan performa baik ditunjukkan oleh tingkat penjualan yang tinggi,

keuntungan dan pengembalian modal yang tinggi, *turnover* karyawan yang rendah, dan meluasnya pangsa pasar. Untuk memperoleh performa bisnis yang baik, perlu manajemen yang baik terutama manajemen keuangan usaha atau bisnis yang dijalani. Berbagai bentuk skala usahanya, manajemen keuangan itu penting.

Menurut (Suryana, 2014), dalam memulai usaha dibutuhkan perencanaan usaha yang memuat unsur-unsur ringkasan eksekutif, sejarah perusahaan, analisis pesaing, ringkasan pemilik, rencana operasi, data keuangan, proposal pinjaman dan jadwal pelaksanaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Dengan metode deskriptif akan diperoleh deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai upaya peningkatan produktifitas wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan sebagai bentuk adaptasi selama pandemic.

Populasi penelitian yang diambil adalah wirausaha muda baik yang sudah punya usaha tetap maupun wirausaha sebagai usaha sampingan. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* sebanyak 137 orang manajemen keuangan usaha atau bisnis yang dijalani. Berbagai bentuk skala usahanya, manajemen keuangan itu penting.

Menurut (Suryana, 2014), dalam memulai usaha dibutuhkan perencanaan usaha yang memuat unsur-unsur ringkasan eksekutif, sejarah perusahaan, analisis pesaing, ringkasan pemilik, rencana operasi, data keuangan, proposal pinjaman dan jadwal pelaksanaan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

Metode pengumpulan data primer diperoleh melalui penyebaran kuisioner dan teknik wawancara. Penyebaran kuisioner dilakukan dengan cara membagi kuisioner via google form kepada para responden. Selanjutnya tanggapan dari responden akan dikumpulkan dan dilakukan analisis. Teknik Wawancara dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang detail mengenai objek penelitian.

Metode pengumpulan data sekunder dengan cara studi literatur yang berkaitan dengan topik permasalahan.

Definisi operasional dari variabel penelitian ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Model Skala Pengukuran
Karakteristik Pengusaha	Entrepreneurial mentality	Interval	Skala Likert
		Interval	Skala Likert
	Administrative mentality	Interval	Skala Likert
		Interval	Skala Likert
Strategi Pemasaran	Survey pelanggan	Interval	Skala Likert
	Penyusunan market plan	Interval	Skala Likert
	Pemanfaatan media sosial	Interval	Skala Likert
	Komunikasi dengan pelanggan sebagai sponsorship	Interval	Skala Likert
	Performa Bisnis	Karakteristik produk dan jasa	Interval
Tingkat penjualan	Interval	Skala Likert	
Tingkat keuntungan	Interval	Skala Likert	
Kemampuan permodalan	Interval	Skala Likert	
Turnover karyawan yang rendah	Interval	Skala Likert	
Luasnya pangsa pasar	Interval	Skala Likert	
		Interval	Skala Likert

Sumber: Penulis (2021)

Dari variabel-variabel diatas akan diketahui sejauh mana upaya peningkatan produktifitas wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan sebagai bentuk adaptasi selama pandemic.

Teknik Analisis

Teknik analisis data terdiri atas :

- a) Pengukuran Data
 Pengukuran data terdiri atas data kualitatif dan data kuantitatif. Pengukuran data kualitatif terhadap tiga (3) variabel penelitian menggunakan kuisisioner berbentuk skala likert. Kuisisioner terdiri dari 4 pilihan jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Pengukuran secara kuantitatif dengan membuat distribusi frekuensi tentang upaya peningkatan produktifitas wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan sebagai bentuk adaptasi selama pandemic
- b) Uji Validitas Kuisisioner
 Uji validitas kuisisioner bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner. Pengujian dilakukan terhadap jawaban responden terhadap item-item butir pertanyaan pada kuisisioner. Pengujian dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *r product moment* yang menghubungkan jawaban responden setiap item butir pertanyaan dengan skor yang

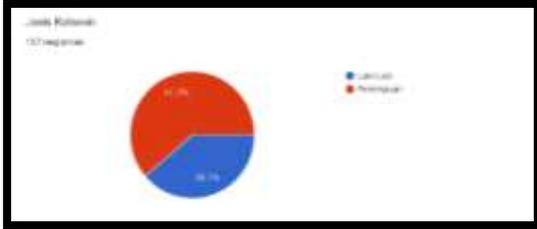
diperoleh masing-masing. Setiap item butir pertanyaan yang memiliki $r \geq 0,3$ dianggap valid (Sugiyono, 2017).

- a) Uji Reliabilitas Kuisisioner
 Reliabilitas kuisisioner bertujuan untuk menunjukkan konsistensi (*reliable*) dari alat ukur yang mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Jika nilai *Alpha Cronbach* antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika nilai *Alpha Cronbach* 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika nilai *Alpha Cronbach* < 0.50 maka reliabilitas rendah.
- d). Rancangan Evaluasi.
 Rancangan evaluasi dilakukan . dengan mengetahui persentase upaya peningkatan produktifitas wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan sebagai bentuk adaptasi selama pandemic melalui perhitungan distribusi frekuensi yang dinyatakan dalam ukuran persentase (%) terhadap 3 variabel mengenai (1) Karakteristik Pengusaha, (2) Strategi Pemasaran, (3) Performa Bisnis. Semakin tinggi angka persentase yang diperoleh, semakin bagus upaya peningkatan produktifitas wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan sebagai bentuk adaptasi selama pandemi.

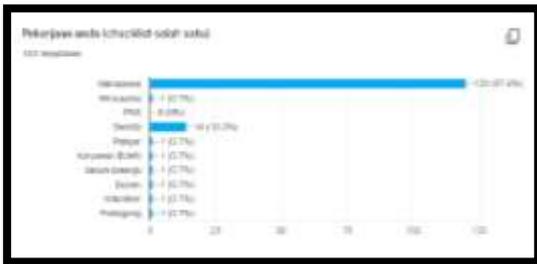
HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Diskripsi reponden dapat memberikan informasi mengenai jenis kelamin dan pekerjaan responden yang menjadi target penelitian.



Gambar 4. Jenis Kelamin Responden (Peneliti 2021)



Gambar 5. Pekerjaan Responden (Peneliti, 2021)

Pada gambar 4 menunjukkan, dari 137 responden terdiri atas 61,3% perempuan dan 38,7% laki-laki. Sebagian besar responden berprofesi sebagai mahasiswa (87,6%), wiraswasta (0,7%), pegawai swasta (10,2%) dan pekerjaan lainnya (gambar 5). Hal ini menggambarkan target responden untuk menjadi wirausaha mandiri. Dari 137 responden, 12,4% diantara telah memiliki usaha dan 87,6% belum memiliki usaha.

Uji Validitas Responden

Hasil uji validitas responden ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Hasil	Kesimpulan
Karakteristik Pengusaha	Entrepreneurial mentality	Item K1	0,350	Valid
		Item K2	0,532	Valid
		Item K3	0,606	Valid
		Item K4	0,551	Valid
		Item K5	0,413	Valid
		Item K6	0,597	Valid
	Administrative mentality	Item K7	0,638	Valid
		Item K8	0,552	Valid
		Item K9	0,486	Valid
		Item K10	0,544	Valid
		Item K11	0,513	Valid
		Item K12	0,457	Valid
		Item K13	0,283	Valid
Strategi Pemasaran	Survey pelanggan	Item S1	0,732	Valid
	Penyusunan market plan	Item S2	0,746	Valid
	Pemanfaatan media sosial	Item S3	0,731	Valid
	Komunikasi dengan pelanggan sebagai sponsorship	Item S4	0,738	Valid
	Item S5	0,583	Valid	
Performa Bisnis	Karakteristik produk dan jasa	Item P1	0,754	Valid
		Item P2	0,759	Valid
	Tingkat penjualan	Item P3	0,677	Valid
	Tingkat keuntungan	Item P4	0,622	Valid
	Kemampuan permodalan	Item P5	0,624	Valid
	Turnover karyawan yang rendah	Item P6	0,739	Valid
	Luasnya pangsa pasar	Item P7	0,647	Valid

Uji validitas kuisisioner bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Pengujian dilakukan terhadap jawaban responden terhadap item-item butir pertanyaan pada kuesioner. Pengujian dilakukan

dengan menggunakan rumus korelasi *r product moment* yang menghubungkan jawaban responden setiap item butir pertanyaan dengan skor yang diperoleh masing-masing. Setiap item butir

pertanyaan yang memiliki $r \geq 0,3$ dianggap valid (Sugiyono, 2017).

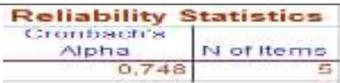
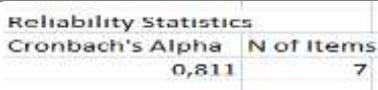
Dari tabel 2, terlihat bahwa hasil uji validitas item-item butir pertanyaan dari variabel karakteristik

pengusaha, strategi pemasaran dan performa bisnis memiliki nilai $r \geq 0,3$ yang berarti valid.

Uji Reliabilitas Responden

Hasil uji reliabilitas responden ditunjukkan pada table 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

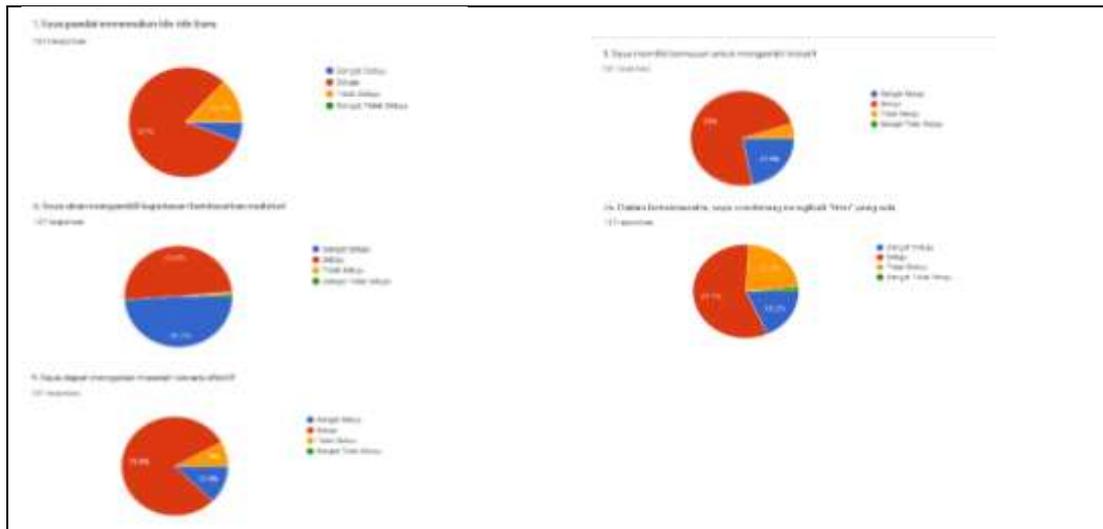
Variabel	R hitung	Kesimpulan
Karakteristik Pengusaha		nilai alpha > 0.7 artinya reliabel
Strategi Pemasaran		nilai alpha > 0.7 artinya reliable
Performa Bisnis		nilai alpha > 0.7 artinya reliabel

Reliabilitas kuisioner bertujuan untuk menunjukkan konsistensi (*reliable*) dari alat ukur yang mengukur gejala yang sama di lain kesempatan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Jika nilai *Alpha Cronbach* antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika nilai *Alpha Cronbach* 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika nilai *Alpha Cronbach* < 0.50 maka reliabilitas rendah. Dari tabel 3, terlihat bahwa hasil uji reliabilitas item-item butir pertanyaan dari variabel karakteristik pengusaha, strategi pemasaran dan performa bisnis memiliki nilai alpha > 0.7 artinya reliable.

Karakteristik Pengusaha

Proses operasi usaha akan dipengaruhi karakteristik wirausaha mandiri dalam menjalankan usahanya. Dua hal yang perlu dimiliki seorang wirausaha mandiri adalah *entrepreneurial mentality* dan *administrative mentality*. *Entrepreneurial mentality* adalah kemampuan mental seseorang wirausaha mandiri untuk bisa berinovasi menghasilkan produk-produk yang diinginkan konsumen, bisa memimpin *team-work*-nya dalam bekerja, bisa mengambil keputusan dalam memajukan usahanya, kemampuan melihat peluang usaha di masa yang akan datang, dan kemampuan *problem solving*. Seorang wirausaha mandiri dengan *entrepreneurial mentality* yang tinggi terlihat mandiri, individualistis, dan berpikir positif. Gambar 6 menunjukkan hasil penelitian menunjukkan 81% responden bisa menemukan ide baru. Hal itu dilandasi 73% dari mereka punya kemauan untuk mengambail inisitif, 49,6%

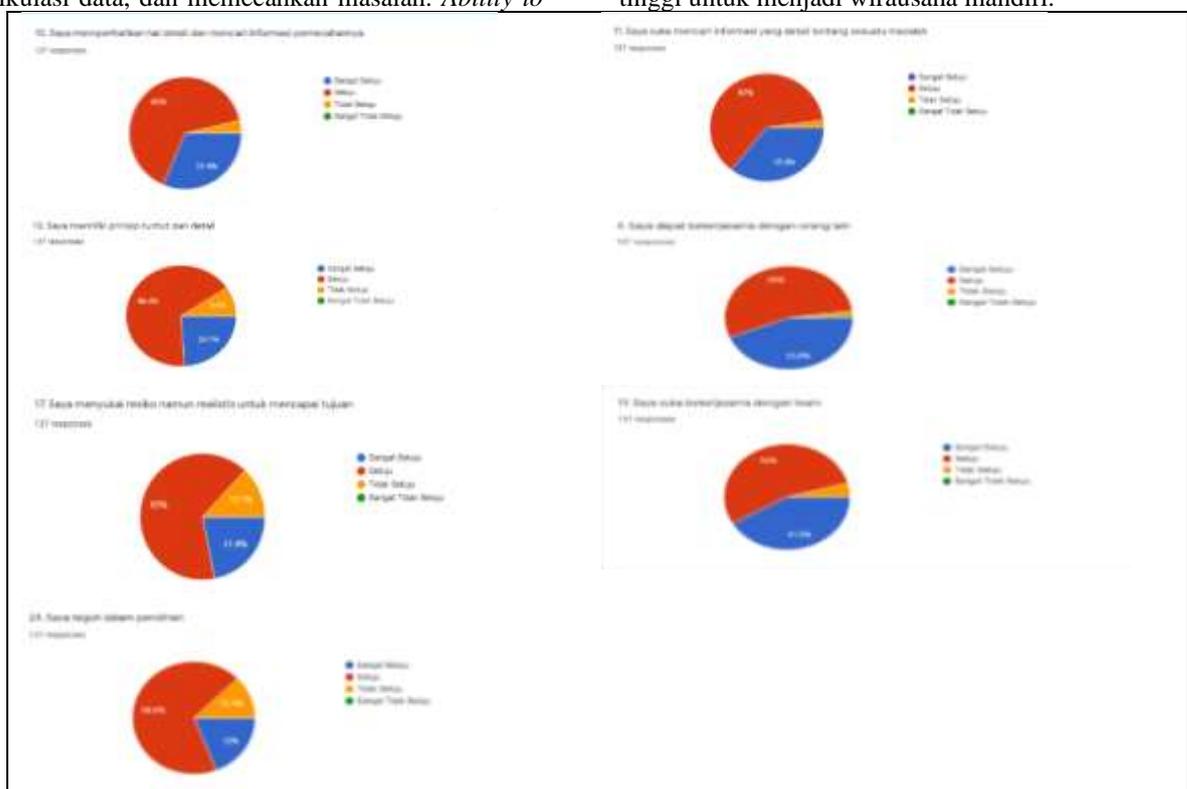
menyatakan sebagai pengambil keputusan, sebanyak 79,6% bisa menyelesaikan masalah secara efektif dan efisien. Untuk menjadi wirausaha dibutuhkan pemikiran untuk maju ke depan. Mereka cenderung mengikuti trend yang ada sebanyak 57,7% dan 22,6% melanjutkan kegiatan usaha yang sudah ada. Seorang wirausaha mandiri dengan *entrepreneurial mentality* yang tinggi terlihat mandiri, individualistis, dan berpikir positif. Dengan adanya hasil diatas menunjukkan 137 responden sudah berupaya membentuk adaptasi baru selama pandemic dalam meningkatkan produktifitas dirinya yang tercermin dalam *entrepreneurial mentality* yang tinggi untuk menjadi wirausaha mandiri.



Gambar 6. Hasil *Entrepreneurial mentality* (Penulis, 2021)

Administrative mentality sendiri dibagi menjadi dua, yaitu *analytical ability* dan *ability to the reality*. Pada gambar 7 menunjukkan *analytical ability* seorang wirausaha harus mencari info yang detail tentang suatu permasalahan sebanyak 62% selanjutnya pencarian info yang detail tentang pemecahan masalah sebanyak 65%. Prinsip yang runtut dan detail 66,4% perlu dimiliki seorang wirausaha. *Analytical ability* mencakup kemampuan seseorang untuk mengumpulkan informasi, berpikir sistematis, kalkulasi data, dan memecahkan masalah. *Ability to*

the reality seorang wirausaha kemampuan tersebut harus diikuti dengan bisa kerjasama dengan orang lain sebesar 54% dan teguh dalam pendirian untuk mencapai tujuan yang realistik. *Ability to the reality* mencakup kemampuan seseorang untuk bekerja sama, berpikir rasional, konsisten, dan stabil. Dengan adanya hasil diatas menunjukkan 137 responden sudah berupaya membentuk adaptasi baru selama pandemic dalam meningkatkan produktifitas dirinya yang tercermin dalam *Administrative mentality* yang tinggi untuk menjadi wirausaha mandiri.



Gambar 7. Hasil *Administrative mentality* (Penulis 2021)

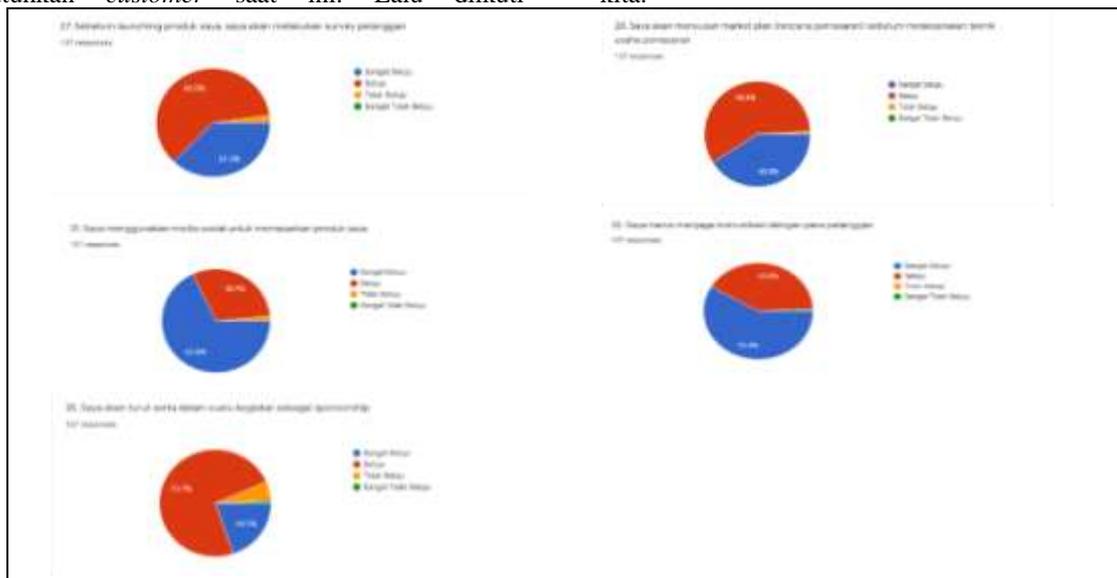
Strategi Pemasaran

Prinsip dasar pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan (*customer value*), keunggulan bersaing (*competitif advantage*) dan fokus pemasaran (Suryana, 2014). Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan produk yang dihasilkannya agar menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran yang dibikin disesuaikan dengan target pasar yang diinginkan. Oleh karena itu diperlukan kreatifitas dalam merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran

Di samping itu, pandemic telah mengubah paradigma dalam berwirausaha. Wirausaha saat ini dituntut untuk melek teknologi untuk menunjang proses penjualannya yang mulai bergeser dari system *offline* ke system *online*. Dengan adanya system penjualan *online*, maka wirausah dituntut mahir menggunakan teknologi untuk memperluas pasar, memudahkan promosi dan update produk terbaru agar tidak tertinggal dengan pesaingnya.

Pada gambar 8 melakukan strategi pemasaran, dimulai survey pelanggan. Responden menyatakan 60,6% setuju adanya survey pelanggan. Hal ini untuk bisa memetakan apa saja yang dibutuhkan *customer* saat ini. Lalu diikuti

penyusunan rencana pemasaran. Responden meyakini 56,4% setuju diadakannya penyusunan rencana pemasaran. Hal ini perlu dilakukan agar bisa menjangkau target pasar yang lebih luas. Rencana pemasaran bisa melalui dari mulut ke mulut, via *door to door*, via sosial media dan lain sebagainya. Responden menyatakan 67,9% pemasaran dilakukan melalui sosial media. Karena untuk saat ini, pemasaran via medsos adalah yang paling ampuh untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hal yang tidak kalah penting adalah menjaga komunikasi dengan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menjaga loyalitas pelanggan atas produk-produk kita. Sebanyak 58,4% responden menyatakan sangat setuju atas usaha menjaga komunikasi dengan pelanggan. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, misal sampai mancanegara dengan cara menjadi sponsorship di salah satu acara. Sebanyak 73,7% responden menyatakan setuju cara promosi seperti ini karena sebagai sponsorship suatu acara, nama toko ataupun nama produk akan mudah dilihat orang (jika tayang *online*, bisa ditayangkan secara berulang-ulang) yang akan berdampak pada pesan yang mengena pada customer untuk diingat atas produk kita.



Gambar 8. Hasil Strategi pemasaran (Penulis 2021)

Dengan adanya hasil diatas menunjukkan 137 responden sudah berupaya membentuk adaptasi baru selama pandemic dalam meningkatkan produktifitas dirinya yang tercermin dalam penerapan strategi pemasaran yang bagus untuk menunjang menjadi wirausaha mandiri.

Performa Bisnis

Performa bisnis adalah gambaran yang menunjukkan perkembangan suatu usaha, berkembang naik atau turun. Usaha dengan performa baik ditunjukkan oleh tingkat penjualan yang tinggi, keuntungan dan pengembalian modal yang tinggi, *turnover* karyawan yang rendah, dan meluasnya pangsa pasar. Untuk memperoleh performa bisnis yang baik, perlu manajemen yang baik terutama manajemen keuangan usaha atau bisnis yang dijalani.



Gambar 9. Hasil Performa Bisnis (Penulis 2021)

Dengan adanya hasil diatas menunjukkan 137 responden sudah berupaya membentuk adaptasi baru selama pandemic dalam meningkatkan produktifitas dirinya yang tercermin dalam penerapan performa bisnis yang bagus. Hal ini ditunjukkan pada gambar 9 sebanyak 54,7% responden memahami karakteristik produk yang mereka jual, 56,2% responden memasarkan produknya melalui media sosial. Untuk memperluas pasarnya 50,4% responden melakukan launching variasi produk yang sudah ada. Sebanyak 64,% reponden menyatakan modal diperoleh dari tabungan yang selama ini disimpan. Mereka tidak mengambil pinjaman modal dari bank karena adanya bunga bank yang tinggi. Untuk menjaga hubungan dengan karyawan sebanyak 67,9% responden setuju memberikan bonus ataupun liburan. Hal ini untuk menjaga komitmen karyawan pada perusahaannya karena 51,1% menyatakan usahanya terdiri dari usaha *online* dan *offline*. Dengan 2 bentuk toko ini, responden mengharapkan untung yang besar. Jadi customer bisa melakukan transaksi via toko *online* maupun transaksi via toko *offline*. Untuk memperluas pangsa pasarnya secara *online* dan menjaga kepercayaan konsumen sebanyak 51,1% responden bergabung dengan market place. Dengan bergabung ke *market place* akan mendatangkan keuntungan, yaitu prosedur administrasi yang mudah dan praktis, penjual tidak perlu menyewa tempat untuk membuka lapak jualan karena sudah tersedia di *market place*, menciptakan peluang membangun relasi yang lebih luas dengan penjual lain melalui komunitas. Dengan tergabung dalam komunitas, para penjual dapat saling berbagi ilmu, berbagi peluang, berbagi info-info penting dan bekerjasama dalam membangun peluang baru.

IMPLEMENTASI MANAJERIAL

Implementasi manajerial untuk hasil penelitian ini adalah bahwa dengan adanya upaya peningkatan produktifitas wirausaha melalui perbaikan karakteristik pengusaha yang unggul, perbaikan strategi pemasaran dan peningkatan performa bisnis merupakan bentuk adaptasi baru dimasa pandemi agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan. Di samping itu, pandemic telah mengubah paradigma dalam berwirausaha. Wirausaha saat ini dituntut untuk melek teknologi untuk menunjang proses penjualannya yang mulai bergeser dari system *offline* ke system *online*. Dengan adanya system penjualan *online*, maka wirausah dituntut mahir menggunakan teknologi untuk memperluas pasar, memudahkan promosi dan update produk terbaru agar tidak tertinggal dengan pesaingnya. Hal ini memberikan motivasi untuk bertahan ditengah persaingan yang tinggi dengan penguasaan TIK yang mumpuni dan melakukan ekspansi ke mancanegara.

IMPLEMENTASI TEORITIS

Implementasi teoritis untuk hasil penelitian ini adalah agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan, maka penerapan strategi bersaing berupa Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*), Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*), Strategi Inovasi (*Innovation Strategy*), Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*), Strategi Aliansi (*Alliance Strategy*).

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan produktifitas wirausaha melalui perbaikan karakteristik pengusaha yang unggul, perbaikan strategi pemasaran dan peningkatan performa bisnis merupakan bentuk adaptasi baru dimasa pandemi agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan. Hasil penelitian ini juga memiliki dua implementasi:

Implementasi teoritis untuk hasil penelitian ini adalah agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan, maka penerapan strategi bersaing berupa Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*), Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*), Strategi Inovasi (*Innovation Strategy*), Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*), Strategi Aliansi (*Alliance Strategy*) Implementasi manajerial untuk hasil penelitian ini adalah bahwa dengan adanya upaya peningkatan produktifitas wirausaha melalui perbaikan karakteristik pengusaha yang unggul, perbaikan strategi pemasaran dan peningkatan performa bisnis merupakan bentuk adaptasi baru dimasa pandemi agar terwujud wirausaha mandiri menuju ekonomi berkeadilan. Di samping itu, pandemic telah mengubah paradigma dalam berwirausaha. Wirausaha saat ini dituntut untuk melek teknologi untuk menunjang proses penjualannya yang mulai bergeser dari system *offline* ke system *online*. Dengan adanya system penjualan *online*, maka wirausah dituntut mahir menggunakan teknologi untuk memperluas pasar, memudahkan promosi dan update produk terbaru agar tidak tertinggal dengan pesaingnya. Hal ini memberikan motivasi untuk bertahan ditengah persaingan yang tinggi dengan penguasaan TIK yang mumpuni dan melakukan ekspansi ke mancanegara.

REFERENSI

- Agustina, L. (2019). *Riset Desain Penelitian Indeks Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi*. <https://balitbangsdm.kominfo.go.id/satker/paik/p/berita-seminar-riset-desain-penelitian-indeks-pengelolaan-informasi-dan-komunikasi-5-7>
- Bayu, D. . (2020). *6 Sektor Usaha Paling Terdampak Saat Pandemi-Corona*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/6-sektor-usaha-paling-terdampak-saat-pandemi-corona>
- Heizer, Jay dan Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Keberlangsungan Rantai Pasokan*.

(11th ed.). *International Review of Management and Marketing*.

- Jayani, D. (2020). *Penurunan Penjualan Umkm-Imbas Pandemi covid-19*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbaspandemi-covid-19>
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Lentera Bisnis*, 9, 109–120.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (25th ed.). Alfabeta.
- Supranto, J. (2019). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Mitrawacanamedia.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Pengaruh *Leverage* dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen

¹Galih Prasetyo, ²Al Alawiyah, ³Siti Fatimah

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur Jakarta

e-mail: ¹1932600065@student.budiluhur.ac.id, ²1932600222@student.budiluhur.ac.id, ³1932600289@student.budiluhur.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
19-09-2021	29-09-2021	03-10-2021

Abstrak - Perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan bisnisnya, tumbuh, dan meningkatkan daya saing dengan tetap memperoleh keuntungan (*sustainable competitive growth*). Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang tertekan di tahun 2020 terutama pada saat pandemic Covid-19. Penurunan terbesar disebabkan oleh menurunnya konsumsi rumah tangga. Konsumsi rumah tangga berkontribusi sebesar 57% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sementara itu, industri makanan dan minuman hanya berkontribusi sebesar 23,8% terhadap PDB pada tahun 2020. Konsumsi rumah tangga turun 5,02 persen ke 2,84 persen selama kuartal I, dengan 44 persen berasal dari kontribusi makanan dan minuman. Padahal pengeluaran per kapita masyarakat kita 50 persennya untuk pangan, konsumen dan channel penjualan juga mulai bergeser ke pembelian online. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *leverage* dan likuiditas terhadap kebijakan dividen. Penelitian ini menggunakan 15 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dipilih dengan metode *purposive random sampling* periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen sedangkan pada variabel likuiditas terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen.

Kata Kunci: *Leverage*, Likuiditas, Kebijakan Dividen

Abstract - Companies are required to be able to maintain their business, grow, and improve competitiveness while still earning profits (*sustainable competitive growth*). The Indonesian Food and Beverage Entrepreneurs Association (GAPMMI) stated that the food and beverage industry was one of the sectors that was under pressure in 2020, especially during the Covid-19 pandemic. The largest decline was due to a decline in household consumption. Household consumption contributes 57% to Gross Domestic Product (GDP). Meanwhile, the food and beverage industry only contributed 23.8% to GDP in 2020. Household consumption fell 5.02 percent to 2.84 percent during the first quarter, with 44 percent coming from food and beverage contributions. Whereas 50 percent of our society's per capita spending on food, consumers and sales channels has also begun to shift to online purchases. This study aims to examine the effect of leverage and liquidity on dividend policy. This study uses 15 food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange selected by the purposive random sampling method for the period 2016 to 2020. The statistical method used to test the hypothesis is SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*). The results showed that the leverage variable had no significant effect on dividend policy, while the liquidity variable had a significant positive effect on dividend policy.

Keywords: *Leverage*, Liquidity, Dividend Policy

PENDAHULUAN

Era globalisasi dan revolusi industri 4.0 yang ditandai otomatisasi dan penggunaan teknologi informasi telah merubah lanskap bisnis secara global. Pada tingkat lokal, perusahaan dihadapkan transformasi bisnis yang cepat dan persaingan bisnis yang sangat kompetitif. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan bisnisnya, tumbuh, dan meningkatkan daya saing dengan tetap memperoleh keuntungan (*sustainable competitive growth*). Salah satu sumber pembiayaan internal untuk mendorong

pertumbuhan perusahaan adalah laba ditahan (*retained eaning*) disamping melalui *option* dan penerbitan saham baru.

Dalam hal penggunaan laba perusahaan, manajemen dapat membagikan sebagian keuntungannya untuk dibagikan dalam bentuk dividen dan menahan sebagian lainnya untuk membiayai investasi dan mendorong pertumbuhan perusahaan dalam bentuk laba ditahan (*retained earning*). Keputusan strategis mengenai seberapa besar laba perusahaan yang akan dibagikan kepada pemegang saham dalam

bentuk dividen sering disebut sebagai kebijakan dividen (*dividend policy*). Dalam menginvestasikan dananya, investor berharap untuk memperoleh imbal hasil (*return*) dimasa yang akan datang. Return dimaksud dapat berupa dividen (*dividend yield*) maupun selisih antara harga jual dan harga beli saham (*capital gain*) yang dimiliki oleh investor pada saat melakukan perdagangan di bursa (Bawamenewi & Afriyeni, 2019).

Kebijakan dividen merupakan pedoman yang digunakan oleh perusahaan dalam membuat keputusan strategis terkait dengan pembayaran dividen secara rasional. Membayarkan dividen atau tidak kepada pemegang saham menjadi keputusan penting bagi seorang manajer keuangan selain keputusan investasi dan keputusan finansial lainnya. Dalam konteks *agency theory*, dasar dari kebijakan dividen (*dividend policy*) yakni tanggung jawab manajemen (*agent*) untuk menciptakan kesejahteraan bagi para pemegang saham (*principal*), meningkatkan nilai perusahaan dan menjaga kepercayaan pasar. Kebijakan dividen merupakan kebijakan strategis yang diambil oleh manajemen keuangan untuk menentukan besarnya proporsi laba yang dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk dividen tunai, *dividend smoothing* yang dibagikan, dividen yang dikonversi dalam bentuk saham, pemecahan saham (*stock split*), dan penarikan kembali saham yang beredar (*buyback*). Semua alternatif kebijakan ini diambil untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (Simetris & Darmawan, 2019).

Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor yang tertekan di tahun 2020 terutama pada saat pandemic Covid-19. Penurunan terbesar disebabkan oleh menurunnya konsumsi rumah tangga. Konsumsi rumah tangga berkontribusi sebesar 57% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sementara itu, industri makanan dan minuman hanya berkontribusi sebesar 23,8% terhadap PDB pada tahun 2020. Konsumsi rumah tangga turun 5,02 persen ke 2,84 persen selama kuartal I, dengan 44 persen berasal dari kontribusi makanan dan minuman. Padahal pengeluaran per kapita masyarakat kita 50 persennya untuk pangan, konsumen dan channel penjualan juga mulai bergeser ke pembelian *online*. (Deviyana, 2020)

Kebijakan dividen yang baik akan memengaruhi keputusan investor untuk menanamkan modal pada perusahaan. Di karenakan kondisi ekonomi di tahun 2020 yang sangat terpukul karena adanya pandemi COVID-19. Salah satu emiten perusahaan makanan dan minuman yaitu PT Sentra Food Indonesia Tbk (FOOD) mengalami rugi bersih hampir Rp 5 miliar dalam periode sembilan bulan pada tahun 2020. Kerugian tersebut karena penjualan turun lebih dari 10 persen yaitu pada pendapatan dari penjualan daging olahan dan mentah yang menjadi

sumber utama pendapatan perseroan. Kondisi ini berbanding terbalik jika dibandingkan laporan keuangan selama 9 bulan (3 kuartal) pada tahun 2019 yang membukukan laba bersih sebesar Rp830,57juta. Dengan hasil minor tersebut FOOD memutuskan untuk tidak membagikan dividen sebagai akibat dari rugi bersih tahun 2020 (Market Bisnis, 2020)

Dalam beberapa penelitian sebelumnya, likuiditas perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh manajemen sebelum mengambil keputusan untuk menetapkan besarnya dividen yang akan dibayarkan atau melakukan kebijakan dividen (*dividend policy*) dengan hasil yang bervariasi. (Bawamenewi & Afriyeni, 2019; Bilqis, 2018; Cahyani & Badjra, 2017; Ginting, 2018; Prawira Ismanwan Yudi, Moh. Dzulkiron AR, 2014; Sari & Sudjarni, 2015; Sudiani & Darmayanti, 2016).

Likuiditas mengindikasikan atau menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang telah jatuh tempo, baik kewajiban terhadap pihak di luar perusahaan maupun internal perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang memiliki likuiditas baik atau dapat melunasi hutang jangka pendeknya saat jatuh tempo menarik perhatian investor dan mendapatkan kepercayaan dari investor (Kasmir, 2008).

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat hutang terhadap modal yang ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Biasanya penggunaan *leverage* disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Berdasarkan hasil pengukuran *leverage*, perusahaan akan mencari tahu beberapa cara terkait dengan penggunaan modal dan modal pinjaman serta menentukan rasio kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban total untuk mendanai pengelolaan modal dan aset dapat menjadi salah satu poin penting yang perlu dipertimbangkan untuk menarik investor.

Dalam beberapa penelitian, *leverage* dikaitkan dengan kebijakan dividen (*dividend policy*) dengan hasil yang bervariasi. (Bawamenewi & Afriyeni, 2019; Cahyani & Badjra, 2017; Ginting, 2018; Patiruhu & Paais, 2020; Prawira Ismanwan Yudi, Moh. Dzulkiron AR, 2014; Sari & Sudjarni, 2015; Simetris & Darmawan, 2019; Tahu & Susilo, 2017)

Stakeholder Theory

Teori Pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) menyatakan bahwa perusahaan memiliki keterkaitan dengan beberapa pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang harus dikelola baik internal maupun eksternal. Teori pemangku kepentingan diperlukan untuk mengelola organisasi dalam lingkungan yang sangat kompleks dan bergejolak karena memberikan cara yang praktis, efisien, efektif, dan etis. Teori pemangku kepentingan adalah tentang menciptakan nilai lebih. Ada model sempit yang berfokus pada sekelompok kecil pemangku kepen-

tingan seperti pemegang saham atau pelanggan, sementara kelompok pemangku kepentingan relevan yang jauh lebih besar tercakup dalam model yang lebih luas seperti pemasok, masyarakat dan pemerintah (Ramachandran, 2020).

Manajemen pemangku kepentingan yang baik sangat penting bagi bisnis apa pun untuk memberikan perubahan yang bertahan lama. Konsep stakeholder pada dasarnya merupakan redefinisi dari tujuan organisasi. Dalam rencana pengelolaan pemangku-kepentingan, kelompok yang berbeda perlu diakomodasi. Teori pemangku kepentingan pertama kali dikembangkan oleh Ansoff yang mendefinisikan tujuan perusahaan untuk memasukkan, antara lain, rekonsiliasi kepentingan yang bertentangan dari berbagai pemangku kepentingan.

Teori pemangku kepentingan menggambarkan hubungan timbal balik di antara berbagai aktor yang terlibat dalam perusahaan dan menawarkan tujuan alternatif perusahaan. Manajemen pemangku kepentingan dimaksudkan untuk menciptakan metode untuk mengelola kelompok dan hubungan yang berbeda. Organisasi perlu lebih memahami pemangku kepentingan mereka dan bagaimana mengelola mereka secara strategis.

Signalling Theory

Menurut (Brigham dan Houtson, 2011) dalam (Kurniawan dan Mawardi, 2017) teori sinyal mengasumsikan bahwa manajer perusahaan (issuer) memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai kinerja perusahaan daripada investor. Dengan informasi yang tidak sempurna, investor tidak dapat membedakan antara apakah laporan keuangan perusahaan berkualitas tinggi ataukah laporan keuangan perusahaan berkualitas rendah. Oleh karena itu, perusahaan berkualitas tinggi memilih untuk menurunkan harga saham untuk menandakan nilai sebenarnya perusahaan. Kondisi kritis dari model ini adalah bahwa kualitas sebenarnya dari perusahaan terungkap sebelum perusahaan melakukan tindakan yang memicu penilaian baru setelah penerbitan laporan keuangan.

Dalam beberapa penelitian teori sinyal dapat disimpulkan sebagai teori yang dapat mempengaruhi kebijakan deviden, karena teori ini memberikan informasi mengenai struktur modal, likuiditas dan pemberian deviden oleh perusahaan melalui laporan keuangan untuk mengurangi asimetri informasi. Informasi yang diterima oleh investor terlebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang jelek (*bad news*). Teori sinyal perusahaan memiliki lebih banyak informasi tentang prospek pendapatan perusahaan di masa depan daripada pemegang saham itu sendiri. Berdasarkan logika teori ini jika direksi menyatakan deviden yang lebih tinggi dari yang diantisipasi oleh pasar, maka akan diartikan sebagai sinyal bahwa perspektif

keuangan perusahaan akan jauh lebih baik (Ross, 1973) dalam (Handayani dan Rachadi, 2009).

Investor percaya bahwa manajemen perusahaan tidak akan meningkatkan deviden jika tren ini tidak dapat dipertahankan di masa depan, tren pertumbuhan akan dipertahankan hanya jika korporasi memiliki harapan yang akan makmur di masa depan. Sebagai hasil dari tanda waktu yang lebih baik ini, investor membeli banyak saham yang menyebabkan kenaikan harga saham saat ini. Jika manajemen perusahaan memotong deviden, ini akan dilihat sebagai sinyal buruk bagi korporasi, sebagai akibat dari harga saham saat ini akan turun, karena pemegang saham percaya bahwa masa-masa sulit akan datang. Jika manajemen korporasi percaya pada teori ini, maka mereka harus mencari pesan bahwa keputusan mereka tentang investor deviden dapat ditransmisikan (Prasetyanta, 2016).

Kebijakan Dividen

(Darmawan, 2018) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Keuangan: Memahami Kebijakan Dividen Teori dan Praktiknya di Indonesia” menyatakan bahwa deviden adalah pembagian laba kepada para pemilik saham sesuai dengan jumlah saham yang dimilikinya. Pembayaran deviden kepada investor ini akan mengurangi laba ditahan (*retained earning*) dan kas yang dapat diakses oleh perusahaan, namun memberika manfaat kepada investor untuk memastikan tujuan utama perusahaan yaitu menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham. Beberapa perusahaan mungkin memiliki rencana reinvestasi laba. Hal ini memungkinkan investor untuk memanfaatkan keuntungan mereka dengan sengaja untuk membeli option, biasanya tanpa komisi. Kadang-kadang, mereka tidak perlu membayar biaya atas reinvestasi keuntungan ini, tetapi mereka sebagian besar harus membayar komisi.

Dengan cara ini, dapat dikatakan bahwa strategi laba adalah suatu pendekatan untuk memutuskan sebagian dari keseluruhan keuntungan yang akan disebarluaskan sebagai keuntungan kepada investor dan jumlah keuntungan bersih akan diinvestasikan kembali sebagai pendapatan yang ditahan untuk diinvestasikan kembali. Dalam tinjauan ini, strategi laba diperkirakan menggunakan dua penanda, yaitu:

1. Dividend Payout Ratio

Dividend Payout Ratio adalah proporsi atau perbandingan antara deviden yang dibayarkan dan keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi proporsi pembayaran keuntungan akan menguntungkan bagi investor, namun akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melakukan reinvestasi dari laba ditahan. Secara matematis, dividend payout ratio dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$DPR = \frac{\text{Dividend}}{\text{Laba Bersih}} \quad (1)$$

Sumber: Samrotun, (2015)

2. Dividend Per Share

Dividen per lembar saham (DPS) atau disebut juga dividen per saham (*dividend per share* - DPS) adalah ukuran keuntungan yang akan dibagikan kepada investor setelah diperbandingkan dan standar tertimbang dari penawaran standar luar biasa. Besarnya dividen per lembar saham dapat dicari dengan rumus:

$$DPS = \frac{\text{Total Dividend yang Dibagikan}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}} \quad (2)$$

Sumber: Samrotun (2015)

3. Dividend Yield

Dividend Yield adalah proporsi moneter yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak return investasi dari investasi saham yang diberikan kepada investor. Investor dapat memperoleh dividend yield sebagai hasil investasi (return) atas saham yang dimiliki. Investor menempatkan sumber daya keuanan (saham) ke dalam perusahaan yang sedang berkembang dan mengharapkan pengembalian sebagai keuntungan modal di samping perubahan harga saham dari waktu ke waktu. Investor mengharapkan pengembalian yang stabil sebagai keuntungan di samping penambahan modal jangka panjang. Proporsi hasil keuntungan sangat membantu bagi pendukung keuangan yang mapan. *Dividen yield* dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DY = \frac{\text{Dividen Per Lembar Saham}}{\text{Harga Perlembar Saham}} \quad (3)$$

Sumber: Samrotun (2015)

Leverage

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2012). Artinya seberapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivitya. Semakin tinggi rasio *Leverage* ini menunjukkan semakin besar penggunaan utang yang mengakibatkan semakin besar pula risiko keuangan yang dihadapi oleh perusahaan. Penggunaan utang ditujukan untuk membantu dalam pencapaian laba yang diharapkan perusahaan. Namun laba bersih yang diperoleh tersebut tidak serta merta diikuti dengan kemampuan perusahaan dalam membayar dividen, sebab kewajiban membayar utang lebih diutamakan dari pada membayar dividen (Widjaya & Darmawan, 2018). *Leverage* mempengaruhi tingkat pengembalian investasi berupa pendapatan dividen. Perusahaan yang *Leverage* operasinya tinggi akan memberikan dividen yang rendah. Penggunaan utang yang tinggi akan menyebabkan penurunan dividen karena sebagian besar keuntungan dialokasikan untuk pelunasan utang. Peningkatan penggunaan utang menurunkan tingkat konflik antara manajer dengan pemilik sehingga

pemilik tidak terlalu menuntut pembayaran dividen yang tinggi (Trisna & Gayatri, 2019). *Leverage* dalam penelitian ini menggunakan dua indikator yaitu:

1. Debt to Equity Ratio (DER)

Debt to Equity Ratio (DER) merupakan rasio keuangan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi hutang terhadap modal. Rasio ini digunakan membandingkan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor (hutang) dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan (ekuitas). dengan Rasio ini berfungsi untuk mengetahui berapa bagian dari modal yang dijadikan jaminan hutang. DER dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \quad (4)$$

Sumber: Herry (2018:169)

2. Debt to Asset Ratio (DAR)

Debt to Asset Ratio (DAR) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total asset dengan total utang. Rasio ini untuk mengukur seberapa besar asset perusahaan dibiayai oleh hutang atau seberapa besar hutang perusahaan dibandingkan dengan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio ini juga sering disebut dengan struktur modal perusahaan. *Debt to Asset Ratio* (DAR) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}} \quad (5)$$

Sumber: Herry (2018:161)

Likuiditas

Herry (2019) menyatakan bahwa likuiditas merupakan indikator yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang likuid dan begitupun sebaliknya. Untuk dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya, perusahaan harus memiliki tingkat ketersediaan jumlah kas yang baik atau asset lancar lainnya yang juga dapat dengan segera dikonversi atau diubah menjadi kas. Dalam penelitian ini likuiditas diukur dengan menggunakan dua indikator yaitu:

1. Current Ratio

Current Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total asset lancar

yang tersedia. Dengan kata lain *current ratio* dapat menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan asset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar. *Current Ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CR = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \quad (6)$$

Sumber: Herry (2018:161)

2. Cash Ratio

Cash ratio Cash ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas atau setara kas yang tersedia untuk membayar hutang jangka pendek, sehingga ratio ini dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban lancarnya yang akan segera jatuh tempo. *Cash Ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CAR = \frac{\text{Kas dan setara kas}}{\text{Kewajiban Lancar}} \quad (7)$$

Sumber: Herry (2018:156)

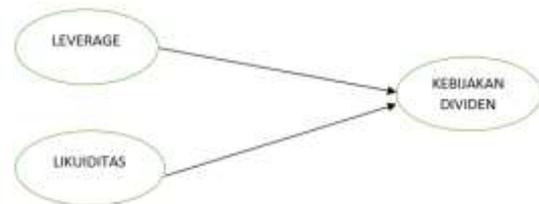
Kerangka Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh leverage dan likuiditas terhadap kebijakan dividen (*dividend policy*). Kerangka penelitian merupakan sintesa tentang hubungan antara variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Selanjutnya dianalisis secara kritis sehingga menghasilkan sintesa hubungan antar variabel penelitian. Menurut (Sugiyono, 2011) “kerangka penelitian merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kerangka penelitian menggambarkan model hubungan dan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya yang digunakan dalam penelitian”.

Leverage adalah tingkat kemampuan perusahaan untuk memenuhi semua kewajiban keuangan yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjang. *Leverage* menunjukkan hubungan antara jumlah pinjaman yang diberikan oleh pemilik perusahaan. Semakin besar rasio ini menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal dari utang yang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada.

Menurut (Kasmir, 2012) “menyatakan bahwa rasio likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya”. Fungsi dari rasio likuiditas adalah untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak di luar perusahaan maupun pihak internal perusahaan. Rasio likuiditas atau sering disebut rasio modal kerja, yang merupakan rasio untuk mengukur seberapa likuid sebuah perusahaan. Karena dividen adalah arus kas keluar, semakin kuat posisi likuiditas

perusahaan berarti, semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar dividen. Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan dan diringkas dari hasil penelitian sebelumnya, berikut ini model kerangka penelitian mengenai analisis pengaruh *leverage* dan likuiditas terhadap kebijakan dividen:



Sumber: Data dikelola Sendiri

Gambar 1

Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Disebut sementara karena bersifat rasional atau logis sebagai hasil deduktif yang belum tentu benar (perlu diuji secara empiris).

Pengaruh Leverage Terhadap Kebijakan Dividen

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban (utang) baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam beberapa penelitian sebelumnya, besarnya leverage akan mempengaruhi kebijakan dividen. Peningkatan hutang akan mempengaruhi tingkat pendapatan yang tersedia bagi pemegang saham, artinya semakin tinggi kewajiban suatu perusahaan, maka akan semakin besar kewajiban perusahaan, yang akan menyebabkan semakin kecilnya dividen yang dibagikan, karena laba yang diperoleh dialihkan untuk memenuhi kewajiban perusahaan. (Bawamenewi & Afriyeni, 2019; Cahyani & Badjra, 2017; Ginting, 2018; Kuswanta, 2016; Patiruhu & Paais, 2020; Prawira Ismanwan Yudi, Moh. Dzulkiro AR, 2014; Sari & Sudjarni, 2015; Simetris & Darmawan, 2019; Tahu & Susilo, 2017; Trisna & Gayatri, 2019; Widjaya & Darmawan, 2018; Zuhroh, 2019). Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁ : Leverage berpengaruh terhadap kebijakan dividen

Pengaruh Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen

Posisi likuiditas di perusahaan menjadi fakta yang mempengaruhi kebijakan dividen. Dividen tunai, misalnya, yang merupakan arus kas keluar untuk perusahaan. Oleh karena itu, jika perusahaan

membayar dividen, itu berarti bahwa kas yang disediakan oleh perusahaan harus dalam jumlah besar dan akan mengurangi rasio likuid perusahaan karena uang tunai yang digunakan (Sutrisno, 2012). Biasanya, kondisi perusahaan yang rasio likuidnya tidak baik akan membagikan dividen dalam jumlah kecil, sedangkan jika perusahaan memiliki rasio likuid baik, maka dividen yang akan dibagikan juga besar.

H2: Likuiditas berpengaruh terhadap kebijakan dividen

METODE PENELITIAN

Menurut (Sugiyono, 2017) “Metodologi penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh”. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Widiyanto, 2013) “Pendekatan kuantitatif adalah data yang diperoleh berupa angka-angka atau data kuantitatif yang diangkakan tersebut diolah, diinterpretasi dan ditarik kesimpulan dan diambil kesimpulan”.

Penelitian ini memiliki dua variabel eksogen yaitu Leverage (X1) dan Likuiditas (X2). Variabel *Leverage* menggunakan indikator *Debt to Equity Ratio* (DER) dan *Debt to Asset Ratio* (DAR) sedangkan Likuiditas menggunakan indikator *Current Ratio* dan *Cash Ratio*. Dengan variabel endogen yaitu Kebijakan Dividen yang menggunakan indikator *Dividend Payout Ratio*, *Dividend Per Share* dan *Dividend Yield*. Dengan menggunakan metode *purposive random sampling* serta terdapat 15 (lima belas) perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 yang telah memenuhi syarat penelitian.

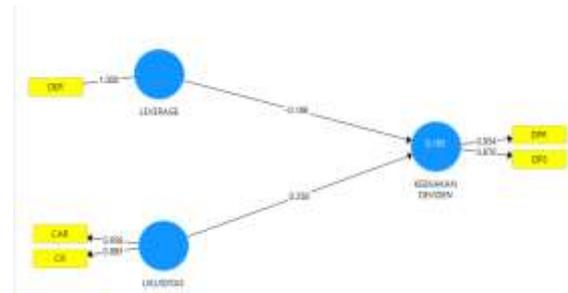
SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*) digunakan untuk menganalisa data yang dihasilkan. Penggunaan SEM-PLS dikarenakan jumlah sampel dalam penelitian ini sedikit (kurang dari 100 sampel). SEM adalah model persamaan struktural dengan analisis *multivariate* yang memungkinkan untuk menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model. PLS adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian (*variance*) (Ghozali & Latan, 2020).

Menurut (Ghozali & Latan, 2020) “SEM PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori, sedangkan PLS lebih

bersifat *predictive* model. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif. Hal ini tidak dapat dilakukan oleh SEM yang berbasis kovarian karena akan menjadi *unidentified model*”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 15 sample perusahaan dari 30 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh *leverage* dan likuiditas terhadap kebijakan dividen pada perusahaan makanan dan minuman. Dimana hasil pengujian dengan algoritma PLS dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Sumber: Hasil *SmartPLS*

Gambar 2. Algoritma PLS

Tabel 1: Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Original Sample	Std Dev	T Statistic >1.96	P Values <0.05	Ket
Leverage → Kebijakan Dividen	-0,186	0,104	1,795	0,073	Negatif Tidak Sig
Likuiditas → Kebijakan Dividen	0,358	0,130	2,745	0,006	Positif Sig

Sumber: Hasil *SmartPLS*

Menurut (Ghozali & Latan, 2020) “bahwa hasil korelasi antar konstruk diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikansinya. Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Biasanya tingkat signifikansi ditentukan sebanyak 10%, 5% dan 1%. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5% dan dapat dilihat dari nilai T Statistic > 1.96. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis”.

Berdasarkan tabel diatas bahwa *Leverage* memiliki nilai *T Statistic* sebesar 1,795 < 1.96 dengan nilai koefisien sebesar -0.186 berarti *Leverage* tidak

berpengaruh terhadap kebijakan deviden dan tidak signifikan pada 0.05 yang berarti tinggi rendahnya nilai *leverage* perusahaan tidak mempengaruhi manajemen dalam membagikan deviden kepada investor.

Semakin tinggi rasio *leverage* menunjukkan semakin besar komposisi utang dalam struktur modal perusahaan yang mengakibatkan semakin besar pula risiko keuangan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan berpengaruh pada struktur modal perusahaan dan berpengaruh terhadap biaya bunga (*debt cost*) yang berdampak pada laba bersih perusahaan. Namun laba bersih yang diperoleh tersebut tidak serta merta diikuti dengan kemampuan perusahaan dalam membayar deviden, sebab kewajiban membayar utang lebih diutamakan dari pada membayar deviden (Widjaya & Darmawan, 2018).

Besaran utang yang dimiliki perusahaan, akan mempengaruhi deviden yang akan dibagikan. Kas yang dipegang perusahaan dapat berasal dari utang, oleh karena itu makin besar utang akan menambah kelancaran operasional, investasi dan membayarkan deviden. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ginting, 2018) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan deviden. Namun tidak sejalan dengan penelitian Sari dan Sudjarni (2015) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap kebijakan deviden.

Hasil penelitian ini secara teoritis mendukung teori sinyal akan tetapi secara statistik tidak signifikan pada alpha 5% dan signifikan pada alpha 10%. Dalam teori sinyal, hasil ini memberikan sinyal baik atau sinyal buruk kepada investor berupa informasi *leverage* dalam laporan keuangan. Pada tingkat tertentu, semakin tinggi *leverage*, semakin rendah deviden yang akan dibayarkan kepada pemegang saham. Dalam penelitian lebih lanjut, kebijakan deviden dikaitkan dengan nilai perusahaan (Al-Malkawi *et al.*, 2017 dan Anton, 2016).

Berdasarkan tabel diatas bahwa Likuiditas memiliki nilai T statistic sebesar $2,745 < 1.96$ dengan nilai koefisien sebesar 0.358 berarti *Likuiditas* berpengaruh terhadap kebijakan deviden dan signifikan pada 0.05, yang artinya besar kecilnya likuiditas mempengaruhi kebijakan deviden.

Keterkaitan antara variabel likuiditas dengan kebijakan deviden mengkonfirmasi *stakeholder theory* yang mengasumsikan bahwa keberadaan perusahaan bukan merupakan entitas tunggal yang berdiri sendiri, akan tetapi juga berkaitan dengan pemangku kepentingan (stakeholder) baik internal maupun eksternal. Hal ini juga mengkonfirmasi signaling theory, dalam hal mana perusahaan yang memiliki likuiditas lebih baik mengindikasikan kemampuannya untuk membayarkan deviden.

Kuswanta, (2016) menyatakan bahwa likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus

segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih. Likuiditas berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo baik kepada pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut sebagai perusahaan yang likuid dan begitupun sebaliknya. Untuk dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya, perusahaan harus memiliki tingkat ketersediaan jumlah kas yang baik atau asset lancar lainnya yang juga dapat dengan segera dikonversi atau diubah menjadi kas. Posisi likuiditas perusahaan berpengaruh juga terhadap kemampuannya untuk melakukan pembayaran deviden. Dividen dibayarkan kepada pemegang saham dengan menggunakan kas dan tidak dengan laba ditahan. Untuk itu perusahaan harus memiliki kas yang cukup untuk melakukan pembayaran deviden. Semakin baik likuiditas perusahaan, semakin tinggi kemungkinan perusahaan untuk membayarkan deviden kepada pemegang saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari & Sudjarni, (2015) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap kebijakan deviden. Namun tidak sejalan dengan penelitian Bilqis, (2018) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap kebijakan deviden.

KESIMPULAN

Perusahaan makanan dan minuman tetap stabil walaupun dalam kondisi pandemic covid 19, dikarenakan perusahaan makanan dan minuman memiliki kontribusi besar untuk masyarakat luas. Penelitian ini fokus meneliti pengaruh *leverage* dan likuiditas terhadap kebijakan deviden, pada perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman periode 2016-2020. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut dimana *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Kebijakan Dividen dan Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kebijakan Dividen.

Data yang dikumpulkan peneliti terbatas, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan pembaharuan data dari penelitian sebelumnya dimana peneliti selanjutnya dapat menemukan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kebijakan deviden. Serta penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel yang lebih luas lagi, tidak terbatas pada satu sub sektor sehingga hasil penelitian lebih representatif.

REFERENSI

- Al-Malkawi, H.-A. nizar, Rafferty, M., & Pillai, R. (2017). Dividend Policy: A Review of Literatures and Empirical Evidence. Singaporean Journal of Business Economics and Management Studies, 5(10), 38–45. <https://doi.org/10.12816/0037572>

- Ghozali, I. & Latan, H. 2020. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Anton, S. G. (2016). The impact of dividend policy on firm value: A panel data analysis of Romanian listed firms. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 10(10), 107–112. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=743810>
- Bawamenewi, K., & Afriyeni, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Pundi*, 3(1), 27–40. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i1.141>
- Bilqis, H. (2018). Pengaruh investment opportunity set, likuiditas, profitabilitas, dan size (ukuran perusahaan) terhadap kebijakan dividen. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/40270>
- Cahyani, N., & Badjra, I. (2017). Pengaruh Leverage dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(10), 254591. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/31759/20952>
- Darmawan. (2018). *Manajemen Keuangan: Memahami Kebijakan Dividen, Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Lembaga Penerbit UIN Sunan Kalijaga.
- Deviyana, N. (2020, May 19). Pertumbuhan Industri Makanan Minuman Diprediksi Maksimal 5% - Medcom.id. Retrieved September 29, 2021, from medcom.id website: <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/5b2XoZ2K-pertumbuhan-industri-makanan-minuman-diprediksi-maksimal-5>
- Ginting, S. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Leverage terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan LQ46 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jwem Stie Mikroskil*, 8(2), 195–204. <https://www.mikroskil.ac.id/ejurnal/index.php/jwem/article/view/564/277>
- Handayani, R. S., & Rachadi, A. D. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 33 - 56. <https://doi.org/10.34208/jba.v11i1.109>
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, N., & Mawardi, W. (2017). Analisis Pengaruh Profitabilitas Keputusan Investasi Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17491>
- Kuswanta, T. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 162–174. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/rt/meta-data/25528/0>
- Market Bisnis Indonesia. (2020, November 28). *Penjualan Turun, Sentra Food Indonesia (FOOD) Berbalik Merugi*. <https://market.bisnis.com/read/20201128/192/1323666/penjualan-turun-sentra-food-indonesia-food-berbalik-merugi>
- Patiruhu, J. R., & Paais, M. (2020). Effect of Liquidity, Profitability, Leverage, and Firm Size on Dividend Policy. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 35–42. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.035>
- Prasetyanta, A. (2016). Pengaruh Perubahan Dividen Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Masa Yang Aakan Datang (Future Profitability). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 129. <https://doi.org/10.24914/jeb.v17i2.278>
- Prawira Ismanwan Yudi, Moh. Dzulkiron AR, M. G. W. E. N. (2014). Pengaruh, Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen (Studi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 1–7. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/608>
- Ramachandran, R. (2020). Theories of Stakeholder Management. *SSRN Electronic Journal, January 2019*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3535087>
- Samrotun, Y. C. (2015). kebijakan dividen pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2011-2014 .. *Jurnal Paradigma*, 13(01), 92–103. <https://media.neliti.com/media/publications/116095-ID-kebijakan-dividen-dan-faktor-faktor-yang.pdf>
- Novita Sari, K., & Sudjarni, L. (2015). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(10), 255134. <https://www.neliti.com/publications/255134/pengaruh-likuiditas-leverage-pertumbuhan-perusahaan-dan-profitabilitas-terhadap>
- Simetris, S. A., & Darmawan, A. (2019). Pengaruh Diversifikasi, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada

- Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 74(1), 39–47.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2943>
- Sudiani, N., & Darmayanti, N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 245861.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/20349>
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*.
- Tahu, G. P., & Susilo, D. D. B. (2017). Effect of Liquidity , Leverage and Profitability to The Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(18), 89–98.
<https://core.ac.uk/download/pdf/234632117.pdf>
- Trisna, I. K. E. R., & Gayatri, G. (2019). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Free Cash Flow dan Leverage Terhadap Kebijakan Dividen. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 484.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p18>
- Widiyanto, M.A. (2013). *Statistika Terapan, Konsep dan Aplikasi SPSS/Lisrel dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Widjaya, N. U., & Darmawan, A. (2018). Pengaruh Free Cash Flow , Kepemilikan Saham Manajer , Kepemilikan Saham Institusi, dan Leverage terhadap Dividen (Studi pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 64(1), 10–18.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2720>
- Zuhroh, I. (2019). The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on the Firm Value with Mediating Leverage. *KnE Social Sciences*, 3(13), 203.
<https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4206>

Evaluasi Model Kirkpatrick Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi pada Pusdiklat SDM

Khalimi¹, Pardomuan Robinson Sihombing²

¹ Pusdiklat Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Keuangan

² Badan Pusat Statistik, Jakarta

e-mail: robinson@bps.go.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
27-09-2021	01-10-2021	03-10-2021

Abstrak – Korupsi dapat diartikan sebagai perbuatan yang dilakukan dengan maksud memberikan beberapa keuntungan yang bertentangan dengan tugas dan hak orang lain. Korupsi termasuk kejahatan yang luar biasa, sangat merugikan baik bagi institusi maupun bagi bangsa dan negara. Penelitian ini bertujuan melakukan evaluasi pelatihan persiapan sertifikasi penyuluh antikorupsi pada level 3 dan level 4. Adapun sampel dalam penelitian ini dilakukan di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Keuangan. Pengumpulan data yang digunakan melalui metode wawancara dan pengumpulan angket kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensia. Analisis inferensia menggunakan uji dua beda sampel berpasangan. Hasil yang didapat pelaksanaan pelatihan persiapan sertifikasi penyuluh antikorupsi memberikan perubahan perilaku peserta di tempat kerja. Hal ini dinyatakan dalam hasil survey ditunjukkan dengan hasil rata-rata setelah pelatihan meningkatkan dari sebelum pelatihan. Hal ini diperkuat dengan hasil uji beda baik untuk level 3 maupun level 4 yang signifikan. Dari hasil wawancara diperoleh bahwa alumni dalam tugasnya sehari-hari di kantor juga telah menerapkan nilai-nilai dasar antikorupsi. Perilaku ini dapat menguatkan posisi alumni yang baik.

Kata Kunci : antikorupsi, pelatihan dan penyuluhan, uji beda

Abstract - Corruption can be interpreted as an act carried out with the intention of providing some advantage that is contrary to the duties and rights of others. Corruption is an extraordinary crime, very detrimental to both institutions and the nation and state. This study aims to evaluate the preparation of training for anti-corruption instructor certification at level 3 and level 4. The sample in this study was conducted at the Center for Human Resource Development Education and Training, Ministry of Finance. The data collection used was through the interview method and the collection of questionnaires. The analytical tools used are descriptive analysis and inferential analysis. Inferential analysis using two different paired sample tests. The results obtained from the implementation of the anti-corruption instructor certification preparation training provided a change in participants' behavior in the workplace. This is stated in the survey results indicated by the average results after training increasing from before training. This is reinforced by the different test results for both level 3 and level 4 which are significant. From the results of the interview, it was found that alumni in their daily duties in the office have also implemented basic anti-corruption values. This behavior can strengthen a good alumni position.

Keywords: anti-corruption; different test; training and counseling

PENDAHULUAN

Kementerian Keuangan (Kemenkeu) telah melakukan Reformasi Birokrasi sejak tahun 2002. Berdasarkan hasil Evaluasi Akuntabilitas Kinerja tahun 2015 yang dilakukan oleh Kementerian PAN-RB, Kemenkeu berhasil meraih nilai tertinggi dengan predikat memuaskan dari 86 Kementerian/Lembaga (K/L) yang dievaluasi. Dalam hal kinerja integritas organisasi, Kemenkeu juga patut berbangga dengan hasil laporan Survei Penilaian Integritas Tahun 2017 yang dilakukan oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) yang menempatkan Kemenkeu sebagai K/L dengan Indeks Persepsi Integritas tertinggi di Indonesia (KPK, 2017). Demikian juga dengan

penerapan sistem integritas di instansi pemerintah, melalui pembangunan Zona Integritas menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) dan Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani (WBBM), Kemenkeu menjadi K/L yang memiliki instansi vertikal yang mendapatkan penilaian WBK/WBBM terbanyak, yaitu 1 instansi dengan predikat WBBM dan 59 instansi mendapat predikat WBK (Kemenpan RB, 2018).

Meskipun demikian, berdasarkan hasil laporan Survei Penilaian Integritas (SPI) secara internal, terdapat beberapa hal yang perlu mendapat perhatian, antara lain masih adanya persepsi yang menurun terhadap budaya integritas Kemenkeu (Kementerian Keuangan, 2018). Di samping itu, fakta

di lapangan masih ditemukan adanya praktik korupsi dengan bukti masih terjadinya kasus Operasi Tangkap Tangan (OTT) yang dilakukan KPK dan ditemukannya praktik perilaku koruptif dan penyalahgunaan wewenang oleh pejabat/pegawai di lingkungan Kemenkeu. Perilaku mereka tidak hanya merugikan organisasi Kemenkeu, tetapi juga menurunkan kepercayaan masyarakat dalam pengelolaan keuangan negara. Kasus korupsi seperti ini telah merusak sendi budaya integritas Kemenkeu, mencoreng nama baik dan tidak sedikit menghancurkan kepercayaan masyarakat atas nilai-nilai integritas yang telah dimiliki dan dibangun bersama oleh seluruh pimpinan dan pegawai Kemenkeu.

Berdasarkan indikasi-indikasi di atas, Kemenkeu kemudian menggulirkan program Penguatan Budaya Kementerian Keuangan berupa: pertama, Kode Etik dan Kode Perilaku Kemenkeu (Penetapan PMK Kode Etik dan Kode Perilaku pegawai); kedua, *Culture Assessment* (survey penilaian kondisi budaya Kementerian Keuangan); ketiga, Duta Transformasi dan *Light House* (Penunjukan Pejabat Eselon III sebagai Duta Transformasi yang dibantu oleh *Lighthouse Team*); keempat, *Leadership Role Model* (vlog para pimpinan pejabat eselon I); kelima, Gerakan Efisiensi Kemenkeu (KMK-346/IMK.01/2017 Gerakan Efisiensi sebagai Penguatan Budaya Kementerian Keuangan); keenam, Internalisasi Budaya organisasi (*Workshop* Duta Transformasi, Festival Budaya Kemenkeu); ketujuh, *Integrity Framework* (Penyusunan *Integrity Framework* sebagai *Better Practice Guide Kemenkeu*); kedelapan, Penyuluh Antikorupsi bersertifikasi (Pelatihan dan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi).

Dalam rangka penguatan Program Penguatan Budaya dan Nilai-Nilai Kementerian Keuangan, Kemenkeu menyelenggarakan Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi yang bertujuan untuk mempersiapkan Penyuluh Antikorupsi yang dapat berperan dalam upaya meningkatkan integritas organisasi dengan mengikuti proses Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi Jenjang Pratama melalui jalur pelatihan/Diklat. Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi Kementerian Keuangan, terselenggara atas kerja sama *Central Transformation Office* (CTO) Sekretaris Jenderal Kementerian Keuangan, Pusdiklat Pengembangan Sumber Daya Manusia (Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan) dan Deputi Bidang Pencegahan Komisi Pemberantasan Korupsi (Pusat Edukasi Antikorupsi/ACLC dan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) KPK. Penyelenggaraan pelatihan dan sertifikasi penyuluh antikorupsi dilaksanakan oleh dua instansi yang berbeda, yakni Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi di Pusdiklat Pengembangan Sumber Daya Manusia dan kegiatan Sertifikasi dalam bentuk *assessment* dilaksanakan oleh PKN STAN.

Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi tahun 2019 diselenggarakan dalam 30 angkatan dengan jumlah peserta 860 pegawai yang

berasal dari seluruh unit eselon I di lingkungan Kemenkeu. Dari total jumlah 860 peserta, 37 peserta dinyatakan tidak lulus dan 823 peserta dinyatakan lulus pelatihan dan direkomendasikan mengikuti proses *assessment* menjadi Penyuluh Antikorupsi di TUK Kementerian Keuangan PKN STAN. Anggaran pelatihan dibebankan pada DIPA Pusdiklat Pengembangan Sumber Daya Manusia tahun 2019 dengan total anggaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.336.615.824.

Mengingat bahwa program pelatihan ini memiliki peranan yang sangat strategis dan menggunakan anggaran negara yang besar (Atmodiwirio, 2005). Sehingga dipandang perlu untuk melakukan suatu kajian atau penelitian untuk menjamin kualitas pelatihan dan menjawab kebutuhan organisasi terkait peningkatan integritas organisasi dengan melaksanakan evaluasi baik pada saat proses pelatihan berlangsung, maupun hingga pelatihan telah selesai dan para alumni telah kembali di unit kerja masing-masing.

Sebagai unit pelaksana pendidikan dan pelatihan di lingkungan Kementerian Keuangan, Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan (BPPK) senantiasa berkomitmen untuk senantiasa menjaga dan meningkatkan kualitas pembelajaran (diklat) yang diselenggarakan untuk mewujudkan pelayanan prima. Komitmen menjaga kualitas pembelajaran di BPPK dilakukan mulai dari perencanaan pembelajaran sampai pada evaluasi pascapembelajaran. Perencanaan pembelajaran dilakukan dengan melakukan Analisis Kebutuhan Pembelajaran (AKP) dan menyusun Desain Pembelajaran serta validasi program Pembelajaran secara intensif (Arsyad, 2015). Kualitas penyelenggaraan pembelajaran dilakukan dengan senantiasa memantau atau mengevaluasi kualitas pembelajaran berdasarkan survei kepada peserta selama pembelajaran berlangsung. Tahap terakhir adalah evaluasi pascapembelajaran (pascapelatihan) yang bertujuan untuk mengetahui apakah pembelajaran yang diikuti mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja alumni peserta dan/atau kinerja organisasi.

BPPK menggunakan evaluasi model Kirkpatrick (Kirkpatrick, 2006) dalam melaksanakan evaluasi terhadap pendidikan dan pelatihan (diklat). Evaluasi model ini terdiri dari 4 level, dimana setiap level dalam model evaluasi ini mempengaruhi level berikutnya. Keempat level evaluasi itu adalah (1) Level 1 (*Reaction*), yaitu evaluasi pada yang mengukur bagaimana peserta bereaksi terhadap diklat yang diikuti, atau dengan kata lain mengukur kepuasan peserta pembelajaran (*customer satisfaction*); (2) Level 2 (*Learning*), yaitu evaluasi yang mengukur proses belajar dalam diklat yakni terjadinya transfer pengetahuan (*transfer of learning*). Evaluasi pada level ini bertujuan untuk mengukur hasil belajar peserta, yang antara lain perubahan sikap, berkembangnya pengetahuan dan/atau peningkatan keterampilan; (3) Level 3 (*Behavior*), yaitu evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan perilaku terjadi

setelah peserta mengikuti diklat; dan (4) Level 4 (*Results*), yaitu evaluasi untuk mengukur result atau hasil akhir yang terjadi setelah peserta mengikuti diklat. Hasil akhir tersebut dapat berupa peningkatan produktivitas atau kinerja, peningkatan kualitas, penurunan biaya, penurunan tingkat kecelakaan kerja, peningkatan penjualan, penurunan tingkat keluar masuk pegawai, dan meningkatnya keuntungan.

Atas pelaksanaan Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi, telah dilakukan evaluasi penyelenggaraan yang dilaksanakan oleh Pusdiklat Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan hasil evaluasi sangat baik, dan Evaluasi Pembelajaran Pelatihan pada aspek Materi, Metode dan Media Pembelajaran oleh penulis dengan hasil secara umum dinilai telah memenuhi kebutuhan peserta. Kedua bentuk evaluasi ini merupakan bentuk evaluasi Level 1 dan evaluasi Level 2 yang dilakukan pada saat proses pelatihan berlangsung dalam bentuk Performance Test oleh Tim Fasilitator. Sedangkan evaluasi Level 3 dan Level 4 terhadap program pelatihan, belum dilakukan.

Oleh karena itu, pada kajian atau penelitian ini, penulis melakukan evaluasi Level 3 dan Level 4 berdasarkan evaluasi model Kirkpatrick dengan judul “Evaluasi Model Kirkpatrick Level 3 dan 4 pada Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi di Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pengembangan Sumber Daya Manusia”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method* yaitu menggunakan analisis penelitian kuantitatif dan kualitatif yang bersifat obyektif berdasarkan fakta, data dan teori ilmiah (Cresswell, 2010). Metode penelitian kombinasi (*mixed method*) adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dan metode kualitatif yang digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan obyektif (Arikunto, 2010).

Populasi dalam penelitian adalah seluruh peserta pada 30 angkatan pelatihan sebanyak 863 peserta. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang dibatasi hanya pada orang-orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, atau karena mereka memenuhi beberapa kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sekaran, 2006). Sampel penelitian ini dipilih dengan kriteria bahwa peserta pada angkatan pelatihan berasal dari berbagai unit eselon I di lingkungan Kementerian Keuangan, saat mengikuti pelatihan peserta bekerja di unit kepatuhan internal dan atau di unit teknis lainnya. Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti memilih alumni angkatan XXIX dan XXX. Formulir kuesioner disebar kepada 51 orang alumni pada Angkatan XXIX dan XXX. Kemudian sampel yang dipilih adalah sebanyak 27 orang yaitu peserta yang

mengembalikan kuesioner kepada peneliti.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabe	Level 3 (Behavior)	Level 4 (Results)
Definisi	Implementasi pelatihan PAKSI dalam meningkatkan kompetensi alumni dalam mendukung pekerjaan alumni setelah kembali ke unit kerja	Implementasi hasil pelatihan yang berdampak kepada peningkatan kinerja organisasi
Indikator	Para alumni mampu: 1. mengaktualisasikan nilai-nilai anti korupsi 2. mengaktualisasikan kode etik penyuluh anti korupsi 3. menumbuhkan semangat perlawanan terhadap korupsi 4. meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anti korupsi 5. membangun cara berpikir kritis terhadap masalah korupsi 6. membangun sikap anti korupsi	Menganalisis hasil rekapitulasi dan pengolahan data kuesioner dan wawancara
Implementasi hasil pelatihan yang berdampak kepada peningkatan kinerja organisasi	Para alumni mampu berperan dalam mendukung perilaku anti korupsi di organisasi.	Menganalisis hasil rekapitulasi data wawancara.

Sumber: Widodo (2009) dan Wexley & Lataham (1991)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan terhadap kuesioner yang disebarkan kepada 51 orang alumni pelatihan. Pengujian dilakukan terhadap 20 butir pernyataan pada kuesioner untuk mengukur Level 3 dan 8 butir pernyataan pada kuesioner untuk mengukur Level 4.

Pengujian realibilitas dengan metode Cronbach Alpha juga dilakukan terhadap 20 butir pernyataan pada kuesioner untuk mengukur Level 3 dan 8 butir pernyataan pada kuesioner untuk mengukur Level 4.

Tabel 2. Uji Reabilitas

Kuesioner	Reliability Statistics (Sebelum)		Reliability Statistics (Setelah)	
	Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
Level 3	0.968	20	0.983	20
Level 4	0.958	8	0.955	8

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dengan membandingkan nilai Cronbach Alpha instrumen penelitian dengan nilai kriteria realibilitas sebagaimana yang disebutkan oleh Triton (2005), maka dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian adalah sangat reliable dengan nilai Cronbach Alpha yang melebihi nilai ambang batas. Hal ini berarti semua butir pernyataan mempunyai kehandalan/konsistensi yang dapat dipertanggungjawabkan (reliabel).

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Correlated Item-Total Correlation. Hasil pengujian diperoleh sebagaimana Tabel 3. berikut:

Tabel 3. Uji Validitas

Item Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation (Sebelum)	Corrected Item- Total Correlation (Setelah)
1	.755**	.755**
2	.756**	.756**
3	.839**	.839**
4	.900**	.900**
5	.911**	.911**
6	.704**	.704**
7	.729**	.729**
8	.928**	.928**
9	.915**	.915**
10	.927**	.927**
11	.902**	.902**
12	.914**	.914**
13	.920**	.920**
14	.883**	.883**
15	.937**	.937**
16	.945**	.945**
17	.827**	.827**
18	.924**	.924**
19	.909**	.909**
20	.875**	.875**

Item Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation (Sebelum)	Corrected Item- Total Correlation (Setelah)
1	.960**	.960**
2	.896**	.912**
3	.832**	.838**
4	.809**	.885**
5	.890**	.862**
6	.928**	.880**
7	.868**	.844**
8	.881**	.917**

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dengan membandingkan masing-masing nilai r-hitung (*Correlation Item-Total Correlation*) pada setiap item pertanyaan berdasarkan tabel di atas dengan r-tabel untuk *degree of freedom* (df)=N-2=dan alpha 5%, di mana r-tabel untuk kuesioner alumni= 0,3809, maka dapat dinyatakan bahwa semua nilai r-hitung masing-masing pertanyaan yang digunakan sebagai instrumen untuk mengukur variabel penelitian pada kuesioner adalah lebih besar dari nilai r-tabel. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan pada instrumen penelitian (kuesioner) adalah valid.

Penempatan Tugas dan Transfer Learning

Hasil rekapitulasi data kuesioner terhadap penempatan tugas dan *transfer learning* oleh alumni pelatihan sebagaimana para Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Statistik Persepsi Alumni Terhadap Penempatan Tugas dan Transfer Learning

Pertanyaan	Jawaban		
	Ya	Tidak	Jumlah
Apakah saat ini Anda masih melakukan pekerjaan di unit kepatuhan internal atau bagian yang berkaitan dengan integritas organisasi?	15 (55,6%)	12 (44,4%)	27 (100%)
Apakah Anda sudah melakukan praktik penyuluhan sesuai dengan standar kompetensi yang dipersyaratkan dalam SKKNI Penyuluh Antikorupsi kepada rekan kerja atau pegawai lainnya di tempat kerja Anda?	Sudah 22 (81,5%)	Belum 5 (18,5%)	Jumlah 27 (100%)
Mengapa Anda mengikuti pelatihan ini?	Penugasan/kebutuhan organisasi 21 (77,8%)	Inisiatif saya sendiri 6 (22,2%)	Jumlah 27 (100%)

Berdasarkan Tabel 4 di atas, terlihat bahwa mayoritas responden (55,6%) saat ini sedang ditugaskan atau ditempatkan pada bagian yang masih melakukan pekerjaan di unit kepatuhan internal atau bagian yang berkaitan dengan penegakan integritas organisasi. Sebagian besar di antara responden (81,5%) juga sudah melakukan praktik penyuluhan sesuai dengan standar kompetensi yang dipersyaratkan dalam SKKNI Penyuluh Antikorupsi kepada rekan kerja atau pegawai lainnya di tempat kerja. Selain itu, 77,8% responden mengikuti pelatihan ini karena adanya penugasan/kebutuhan organisasi. Dari statistik ini, dapat dinyatakan bahwa evaluasi untuk mengetahui sejauh mana Program Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh Antikorupsi memberikan kontribusi bagi perubahan perilaku peserta dan peningkatan integritas organisasi di enam (6) Unit Eselon I yang telah mengirimkan pegawainya mengikuti pelatihan ini, menjadi sangat relevan untuk dilakukan.

Tabel 5. Statistik Deskriptif Perubahan Kompetensi

Pertanyaan (Kompetensi)	Level 3	
	Mean (rata-rata)	
	Sebelum	Sesudah
1	3.93	4.56
2	3.96	4.70
3	3.74	4.52
4	3.70	4.56
5	3.67	4.22
6	3.07	4.37
7	2.96	4.37
8	3.30	4.44
9	3.44	4.52

10	3.33	4.48
11	3.37	4.52
12	3.33	4.48
13	3.26	4.44
14	3.00	4.15
15	2.81	4.26
16	2.70	4.22
17	2.56	4.19
18	2.70	4.26
19	2.48	4.19
20	2.48	4.22
Mean (rata-rata)	3.19	4.38

Berdasarkan Tabel 5 di atas secara simultan untuk Level 3 terjadi peningkatan rata-rata nilai sebelum dan sesudah dimana nilai rata-rata sebelum 3.19 dan meningkat menjadi 4.38. Begitu juga secara parsial untuk masing-masing pertanyaan terjadi peningkatan nilai rata-ratanya.

Tabel 6. Statistik Deskriptif Perubahan Dampak

Pertanyaan (Kompetensi)	Level 4 Mean (rata-rata)	
	Sebelum	Sesudah
1	3.52	4.41
2	3.78	4.56
3	3.70	4.48
4	3.78	4.63
5	3.37	4.30
6	3.48	4.44
7	3.22	4.19
8	3.41	4.30
Mean (rata-rata)	3.53	4.41

Berdasarkan Tabel 6 di atas secara simultan untuk Level 5 terjadi peningkatan rata-rata nilai sebelum dan sesudah dimana nilai rata-rata sebelum 3.53 dan meningkat menjadi 4.41. Begitu juga secara parsial untuk masing-masing pertanyaan terjadi peningkatan nilai rata-ratanya.

Hasil analisis uji t berpasangan (*t-paired*) data kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk membandingkan adakah perbedaan mean atau rata-rata sebelum dan sesudah pelatihan dalam meningkatkan kompetensi para alumni adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Beda Dua Sampel Berpasangan

Paired Differences (Sebelum-Sesudah)	Mean	Std. Error Mean	t	df	Sig.
level 3	-23.5	1.85	-12.7	26	0
level 4	-7.03	0.83	-8.4	26	0

Dari hasil Tabel 7, dapat dinyatakan bahwa para alumni memiliki persepsi bahwa program pelatihan yang dilakukan berhasil dan memiliki pengaruh yang signifikan dalam peningkatan kompetensi alumni, dengan adanya perbedaan (peningkatan) nilai rata-rata sebelum dan sesudah program pelatihan. Hasil yang sama antara level 3 dan level 4. Hasil ini senada dengan penelitian Azwar (2019) dan Detty (2009), dimana terjadi peningkatan

nilai setelah adanya pelatihan.

Pembahasan

Jika dilihat perubahan perilaku – evaluasi Kirkpatrick Level 3, pada Tabel 6 mengindikasikan bahwa secara rata-rata terjadi perubahan perilaku alumni meningkat yang ditunjukkan dengan hasil rata-rata sebelum pelatihan adalah 3,53 dan hasil rata-rata setelah pelatihan adalah 4,41. Peningkatan perubahan perilaku ini dapat terjadi mengingat lingkungan pekerjaan yang dihadapi sehari-hari menuntut tanggung jawab dan perilaku integritas yang tinggi.

Alumni pelatihan yang masih bekerja di bagian Kepatuhan Internal berdasarkan hasil survey dalam tabel 4.4 adalah 55,6% dan yang sudah mutasi ke bagian lain sebanyak 44,4%. Gap hasil antara yang masih bekerja di bagian Kepatuhan Internal dan yang sudah dimutasikan ke bagian teknis atau lainnya tidak terlalu besar perbedaannya. Dari hasil jawaban yang diperoleh diketahui bahwa alumni meskipun dipindahkan ke bagian lain, yaitu bagian teknis pada satuan kerja, diindikasikan bahwa para alumni tetap berperilaku menerapkan pengetahuan yang diperoleh terkait dengan nilai-nilai antikorupsi yang menjadi penguatan nilai integritas di lingkungan kerjanya.

Perubahan peningkatan perilaku yang ada pada alumni juga dikarenakan adanya peningkatan kompetensi alumni dalam bekerja. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pada Tabel 4. Peningkatan kompetensi ini juga diperkuat dengan bahwa sebagian besar alumni bekerja pada bagian Kepatuhan Internal di unit kerjanya. Tusi pejabat di bagian Kepatuhan Internal berhubungan erat dengan pembimbingan dan pengawasan integritas pegawai. Materi pelatihan penyuluh anti korupsi sangat berkaitan dengan aktivitas yang ada di bagian Kepatuhan Internal.

Dari hasil wawancara diperoleh bahwa alumni dalam tugasnya sehari-hari di kantor juga telah menerapkan nilai-nilai dasar antikorupsi yaitu disiplin, tanggungjawab, dan adil. Perilaku disiplin yang dilakukan oleh alumni di kantor terkait dengan tusi yang melekat pada jabatan yang diemban. Perilaku ini dapat menguatkan posisi alumni sebagai Kasuki. Sebagai Kasuki alumni mendapat amanah untuk membimbing dan memantau pegawai dalam kedisiplinan dan integritas.

Sebagaimana disebutkan dalam pernyataan yang ada dalam kuesioner yaitu alumni memiliki pengalaman menyampaikan kebenaran dalam situasi yang sulit dan berisiko dan pernyataan bahwa alumni pernah menegur orang lain karena yang bersangkutan melanggar nilai-nilai dan norma yang berlaku.

Keikutsertaan pegawai dalam pelatihan ini sesuai data pada tabel 4.4, sebanyak 77,8% menyatakan karena ditugaskan oleh instansi. Yang memang ingin mengikuti pelatihan hanya 22,2 %. Secara data dapat diperoleh bahwa mengikuti pelatihan ini bukan karena keinginan pegawai tersebut. Dampak dari ini terlihat hampir 50% peserta tidak berkenan untuk melanjutkan sampai ke jenjang sertifikasi. Hasil ini kami peroleh pada saat akhir

pelatihan, peserta diminta untuk mengisi survey terkait keinginan untuk melanjutkan ke tahap sertifikasi.

Keikutsertaan peserta ke jenjang sertifikasi juga dikarenakan ada penugasan dari instansi untuk mengikuti sertifikasi tersebut. Hal ini menjawab mengapa respon peserta mengisi survey relatif rendah.

Persepsi bahwa program pelatihan yang dilakukan berhasil dan memiliki pengaruh yang signifikan dalam peningkatan kompetensi alumni berdampak kepada peningkatan budaya integritas organisasi sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 4.7. Hal ini diperkuat dengan pernyataan yang disampaikan oleh atasan alumni dalam wawancara kepada atasan bahwa alumni telah beberapa kali menerapkan proses bagaimana memastikan bahwa di unit tempat kerja telah menerapkan prinsip-prinsip dari anti korupsi, di samping itu juga alumni telah menerapkan nilai-nilai anti korupsi dalam keseharian bekerja di unit kerja sehingga dapat menjadi contoh bagi pegawai lainnya.

Hasil – Evaluasi Kirkpatrick level 4, berhubungan dengan peningkatan produktivitas kerja. Produktivitas kerja yang dimaksud berkaitan dengan peningkatan integritas organisasi. Evaluasi ini dilakukan kepada alumni pelatihan tahun 2019. Evaluasi Level 4 dapat dilihat menurut jangka waktu pendek yaitu ½ sampai 1 tahun setelah pelatihan dan menurut jangka panjang yaitu 2 sampai 10 tahun setelah pelatihan berakhir. Dalam kajian ini hasil yang dilihat masuk dalam jangka pendek yaitu 1 tahun.

Dalam waktu 1 tahun dapat dilihat hasil dari pelatihan. Sebagaimana dapat dilihat dalam hasil wawancara penulis kepada atasan. Disampaikan oleh atasan dalam wawancara bahwa alumni telah melakukan tindakan yang berdampak kepada efisiensi belanja yang dilakukan di instansi. Contohnya dalam proses pengadaan barang, alumni selalu memastikan efisiensi belanja dan melakukan konfirmasi langsung ke penyedia barang dan jasa. Yang dilakukan oleh alumni berdampak adanya pengurangan pemborosan dan ada peningkatan kualitas proses kerja. Hal ini dapat berjalan efektif karena alumni berhasil membangun tim yang berintegritas. Kesamaan persepsi dalam tim terkait integritas tidak terlepas dari upaya alumni memberikan pengarahan kepada para pegawai terkait dengan nilai-nilai antikorupsi.

Berkaitan dengan dengan kontribusinya bagi peningkatan budaya integritas, berdasarkan hasil wawancara dengan atasan dapat disampaikan sebagai berikut:

a. Budaya transparansi di instansi

Alumni telah memberikan kontribusi melalui pelaksanaan tugas menyajikan dan menyampaikan laporan sesuai data yang sebenarnya dan tepat waktu, dan memberikan ide/gagasan penyajian data secara transparan dalam pembahasan dana alokasi umum (DAU) saat pembahasan dengan DPR.

b. Budaya pelayanan yang bebas dari calo/perantara dan budaya bebas dari pertimbangan asal-usul

/golongan (suku, agama, kekerabatan, almamater, dll) seseorang dalam pelaksanaan tugas/ pekerjaan.

Pada kedua aspek ini kontribusi alumni tidak terlihat, karena instansi di tempat alumni bekerja sudah tidak ditemukan lagi adanya praktik percaloan dan praktik diskriminatif dalam pelayanan maupun penugasan pegawai.

c. Budaya organisasi yang bebas dari penerimaan suap/gratifikasi (uang, barang, atau fasilitas)

Salah satu alumni dalam kapasitasnya sebagai Kepala Seksi Umum dan Kepatuhan Internal, telah menerapkan dan melakukan sosialisasi terkait pengelolaan gratifikasi di instansinya. Demikian juga alumni yang lain dalam bekerja telah menerapkan budaya antigratifikasi dan memberikan pemahaman kepada stakeholder yang ditemuainya ketika mereka hendak memberikan hadiah kepada pegawai tersebut dan timnya.

Sementara itu berhubungan dengan aspek peningkatan Sistem Integritas, yang tercermin dalam penerapan aktifitas sosialisasi antikorupsi dan sosialisasi sistem pencegahan korupsi, berdasarkan hasil wawancara dengan atasan langsung dapat disampaikan bahwa alumni telah melakukan kegiatan sosialisasi baik dalam kapasitas sebagai Pejabat Kepatuhan Internal maupun sebagai alumni pelatihan telah melakukan praktik penyuluhan kepada pegawai yang lain.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan persiapan sertifikasi penyuluh antikorupsi memberikan perubahan perilaku peserta di tempat kerja. Hal dinyatakan dalam hasil survey ditunjukkan dengan hasil rata-rata sebelum pelatihan adalah 3,53 dan hasil rata-rata setelah pelatihan adalah 4,41. Peningkatan perubahan perilaku ini dapat terjadi mengingat lingkungan pekerjaan yang dihadapi sehari-hari menuntut tanggung jawab dan perilaku integritas yang tinggi. Perubahan peningkatan perilaku yang ada pada alumni juga dikarenakan adanya peningkatan kompetensi alumni dalam bekerja.

Dari hasil wawancara diperoleh bahwa alumni dalam tugasnya sehari-hari di kantor juga telah menerapkan nilai-nilai dasar antikorupsi Perilaku ini dapat menguatkan posisi alumni sebagai Kasuki.

Keikutsertaan pegawai dalam pelatihan ini sesuai data pada tabel 4.4, sebanyak 77,8% menyatakan karena ditugaskan oleh instansi. Yang memang ingin mengikuti pelatihan hanya 22,2 %. Secara data dapat diperoleh bahwa mengikuti pelatihan ini bukan karena keinginan pegawai tersebut. Dampak dari ini terlihat hampir 50% peserta tidak berkeinginan untuk melanjutkan sampai ke jenjang sertifikasi.

Disampaikan oleh atasan dalam wawancara bahwa alumni telah melakukan tindakan yang berdampak kepada efisiensi belanja yang dilakukan di instansi. Disamping itu peserta memberikan

kontribusi bagi peningkatan budaya integritas melalui kegiatan yang transparansi, tidak diskriminatif dalam pelayanan mendorong peningkatan Sistem Integritas melalui sosialisasi nilai-nilai integritas antikorupsi dan Sistem Pencegahan korupsi baik secara formal maupun non formal di tempat kerja.

Pelatihan Persiapan Sertifikasi Penyuluh antikorupsi perlu untuk terus dilaksanakan di masa mendatang mengingat kegiatan ini sejalan dengan program penguatan budaya integritas di lingkungan kementerian keuangan. Persyaratan peserta pelatihan diharapkan tidak saja berasal dari pejabat /pegawai yang memiliki keterkaitan tugas di unit kepatuhan internal, namun diperluas bagi pegawai yang memiliki minat dan ketertarikan dengan penegakkan integritas. Agar dapat membantu peserta dalam memenuhi persyaratan sertifikasi berupa pelaksanaan praktik penyuluhan di kantor maupun di lingkungan masyarakat, setelah pelaksanaan pelatihan klasikal/*online*, perlu dilanjutkan dengan pelaksanaan *action learning* untuk memberikan kesempatan peserta melakukan praktik penyuluhan dengan pendampingan dari para fasilitator. Salah satu hal yang dapat dilakukan dengan memberikan sosialisasi ke kantor-kantor pelayanan tentang budaya anti korupsi, pemberian brosur maupun *flyer* anti korupsi.

References

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, A. (2015). *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada .
- Atmodiwirio, S. (2005). *Manajemen Pelatihan*. Jakarta: PT.Arda dizya Jaya.
- Azwar. (2019). Implementasi Evaluasi Pascapembelajaran Model Kirkpatrick Level 1,2 dan 3 pada Pelatihan Bendahara Pengeluaran di Balai Diklat Keuangan Makassar. Jogjakarta: Wiyata Dharma. *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*.
- Cresswell, J. W. (2010). *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Detty, R. (2009). Evaluasi efektivitas program pelatihan “Know Your Customer and Money Laundering” di Bank XYZ Bandung. *Journal of Management and Bisnis Review*, 20-34.
- Kemenpan RB. (2018). *Laporan Kinerja Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi*. Jakarta: Kemenpan RB.
- Kementerian Keuangan. (2018). *Laporan Kinerja Inspektorat Jenderal Kementerian Keuangan*. Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Kirkpatrick, D. L. (2006). *Evaluating Training Programs: The Four Levels (3rd edition)*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler.
- KPK. (2017). *Laporan Ilmiah. Survey Penilaian Integritas*. Jakarta: KPK.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi Ke Empat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wexley, K., & Latham, G. P. (1991). *Developing and Training Human Resources in Organization: Second Edition*. New York: Harper Collins Publisher.
- Widoyoko, S. E. (2009). *Evaluasi Program Pembelajaran : Panduan Praktis Bagi Pendidik dan Calon Pendidik*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Choirul Iman¹, Fitri Nurfatma Sari², Nanik Pujiati³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur Jakarta

e-mail: ¹1932600107@student.budiluhur.ac.id, ²1932600131@student.budiluhur.ac.id,

³1932600123@student.budiluhur.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
19-09-2021	02-10-2021	03-10-2021

Abstrak - Terjadinya penurunan laba pada beberapa perusahaan makanan dan minuman pada kuartal I tahun 2019 begitupula pada tahun 2020, kinerja industri mengalami penurunan pada masa penerapan PSBB. Permasalahan yang terjadi di industri tersebut lebih terkait dengan pelemahan dari sisi *demand*, dimana untuk konsumen kelas menengah atas lebih menahan pengeluaran sementara konsumen menengah bawah sebagai market terbesar tidak memiliki *cash* untuk berbelanja. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel likuiditas dan profitabilitas terhadap variabel nilai perusahaan. Terdapat dua hipotesis yang diuji dalam penelitian ini. Hipotesis pertama likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan hipotesis kedua profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan 15 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dipilih menggunakan metode *purposive random sampling* dari periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel likuiditas dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.

Kata Kunci: Likuiditas, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.

Abstraction - There was a decline in profits for several food and beverage companies in the first quarter of 2019 as well as in 2020, industrial performance decreased during the PSBB implementation period. The problems that occur in the industry are more related to the weakening of the demand side, where the upper middle class consumers are more restrained in spending while the lower middle class consumers as the largest market do not have cash to shop. This research aims to examine the effect of liquidity and profitability variables on firm value variables. There are two hypotheses tested in this study. The first hypothesis is that liquidity has a positive effect on firm value and the second hypothesis that profitability has a positive effect on firm value. This study uses 15 Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange, selected using the purposive random sampling method from the period 2016 to 2020. The statistical method used to test the hypothesis is SEM-PLS (Structural Equation Model – Partial Least Square). The results showed that the liquidity and profitability variables had a positive and significant effect on firm value variables.

Keywords: Liquidity, Profitability, Firm Value.

PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi saat ini telah menciptakan persaingan yang ketat antara perusahaan dengan perusahaan lainnya. Salah satu industri di dalamnya adalah perusahaan yang bergerak dalam industri barang konsumsi makanan dan minuman. Sepanjang tahun 2020, kinerja industri makanan dan minuman mengalami penurunan kinerja di masa penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Permasalahan yang terjadi di industri tersebut lebih terkait dengan pelemahan dari sisi *demand*, dimana untuk konsumen kelas menengah atas lebih menahan pengeluaran sementara konsumen menengah bawah sebagai market terbesar tidak memiliki *cash* untuk berbelanja. Persaingan membuat setiap perusahaan menjadi lebih meningkatkan kinerja perusahaannya, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Tujuan

utama perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran bagi pemilik atau pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan (Tahu & Susilo, 2017).

Nilai perusahaan merupakan salah satu konsep penting yang dipertimbangkan oleh investor dalam menilai investasinya. Nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara komprehensif. Nilai perusahaan tercermin dari harga pasar saham perusahaan. Semakin tinggi nilai pasar saham perusahaan mengindikasikan minat yang tinggi bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan dimaksud. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi pula kesejahteraan yang dinikmati oleh investor (Suroto, 2015). Pada kuartal I 2019 terjadi penurunan laba pada beberapa perusahaan makanan dan minuman, bahkan yang menjadi *market leader* di

sektornya seperti PT. Unilever Indonesia Tbk, PT. Mayora Indah Tbk dan PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Laba bersih ketiga perusahaan tersebut mengalami penurunan sebesar 4,37% untuk PT. Unilever Indonesia Tbk, 0,51% untuk PT. Mayora Indah Tbk dan paling besar dialami oleh PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk yaitu pada 19,9%.

Profitabilitas memiliki hubungan terhadap nilai perusahaan karena semakin banyak keuntungan yang dihasilkan dari aset yang dimilikinya, maka para pemegang saham atau investor akan lebih tertarik karena prospek perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi, sehingga nantinya *return* yang akan didapatkannya juga tinggi. Kondisi ini akan membuat banyak permintaan saham yang berdampak pada naiknya harga yang mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi (Yanti & Abundanti, 2019). Dalam beberapa penelitian sebelumnya profitabilitas memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan hasil yang bervariasi dan sebagian besar menunjukkan hasil positif dan signifikan (Harun & Jeandry, 2018; Oktrima, 2017; Regia Rolanta *et al.*, 2020; Yanti & Abundanti, 2019).

Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2012). Artinya apabila perusahaan timbul tagihan hutang maka akan mampu memenuhi hutang tersebut. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang likuid dan begitupula sebaliknya. Penelitian sebelumnya mengkaitkan likuiditas dengan nilai perusahaan (Harun & Jeandry, 2018; Mardiyati *et al.*, 2015; Oktrima, 2017; Regia Rolanta *et al.*, 2020). Semakin tinggi likuiditas perusahaan akan berdampak pada kepercayaan investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan yang bersangkutan. Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Agency Theory

Teori agensi sebagai agen yang dalam hal ini adalah manajemen yang mengelola suatu perusahaan, dan yang disebut sebagai prinsipel adalah pemegang saham. Manajer cenderung mengutamakan kepentingan pribadi. Hal tersebut membuat adanya konflik antara pemegang saham dengan manajer yang akan mengakibatkan keuntungan menurun. Akibatnya, terdapat masalah-masalah keagenan (*Agency Problems*).

Dalam hubungan keagenan, manajemen diharapkan dapat mengambil keputusan perusahaan terutama kebijakan keuangan yang menguntungkan pemilik perusahaan dan *stakeholder*. Dalam hal keputusan yang dilakukan oleh manajemen (*agent*) merugikan perusahaan (pemegang saham – *principal*) maka terjadi *agency problem* (Ismiyanti & Mamduh, 2003). Alasan digunakan teori ini karena

adanya konflik kepentingan antara *shareholder* dan manajer, dimana *shareholder* mengharapkan kesejahteraan atas perusahaan tersebut namun disisi lain manajer yang seharusnya membuat keputusan dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham, bisa juga manajer tidak selalu bertindak demi kepentingan *shareholder*. Memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham berarti manajemen harus memaksimalkan nilai perusahaan, dimana tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja keuangan perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Signalling Theory

Pada teori sinyal dijelaskan alasan mengapa perusahaan harus memberikan informasi berupa laporan keuangan kepada pihak luar (investor dan kreditor). Hal tersebut dikarenakan terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Hal ini dikarenakan perusahaan mengetahui lebih banyak informasi dan prospek yang akan datang daripada pihak eksternal. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara mengurangi asimetri informasi dan salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak eksternal berupa informasi keuangan yang handal dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Wolk *et al.*, 2001) dalam (Sari & Zuhrohtun, 2006).

Sebagai hasil dari tanda waktu yang lebih baik ini, investor membeli banyak saham yang menyebabkan kenaikan harga saham saat ini. Alasan digunakannya *signalling theory* dalam penelitian ini didasari dugaan bahwa profitabilitas, likuiditas mampu memberi sinyal pada *stakeholder* tentang naik/ turunnya nilai perusahaan. Sinyal ini akan memberi tanda bagi investor untuk membeli/ menjual saham yang menyebabkan kenaikan/ penurunan harga saham.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan konsep yang penting bagi pemegang saham atau investor karena merupakan indikator untuk menilai perusahaan secara keseluruhan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menelai perusahaan secara komprehensif. Nilai perusahaan tercermin dari harga pasar saham perusahaan. Semakin tinggi nilai pasar saham perusahaan mengindikasikan minat yang tinggi bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan dimaksud. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi pula kesejahteraan yang dinikmati oleh investor (Suroto, 2015). Nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q dan *Price Book Value* (PBV).

Rasio Tobin's Q merupakan rasio nilai pasar modal terhadap penggantian biaya dan mengukur

semua peluang investasi perusahaan yang diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$Q = \frac{MVS+D}{Total Asset} \quad (1)$$

Sumber: Dzahabiya *et al.* (2020)

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

MVS = Jumlah saham yang beredar x harga saham akhir tahun

D = (Kewajiban lancar – aktiva lancar) + hutang jangka panjang

TA = Total Aktiva

Price Book Value (PBV) digunakan untuk mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh yang diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{Harga Pasar per lembar Saham}{Nilai Buku per lembar Saham} \quad (2)$$

Sumber: Ariyanti dan Putra (2018)

Keterangan:

Harga pasar per lembar saham = *closing price* saham

Nilai buku per lembar saham = Total Ekuitas: Jumlah saham beredar.

Likuiditas

Menurut Hery (2019) likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar hutang jangka pendeknya. Dengan kata lain rasio likuiditas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut termasuk perusahaan yang likuid dan begitupun sebaliknya. Untuk dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya, perusahaan harus memiliki tingkat ketersediaan jumlah kas yang baik atau aset lancar lainnya yang juga dapat dengan segera dikonversi atau diubah menjadi kas. Penelitian ini dapat diproksikan dengan menggunakan *current ratio* (CR) dan *cash ratio* (CAR).

Current ratio (rasio lancar) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang dimiliki. *Current ratio* mengindikasikan kecukupan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan untuk membayar kewajiban yang jatuh tempo. *Current ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CR = \frac{Asset Lancar}{Kewajiban Lancar} \quad (3)$$

Sumber: Hery (2018:161)

Cash ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas atau setara kas

yang tersedia untuk membayar hutang jangka panjang, sehingga ratio ini dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban lancarnya yang akan segera jatuh tempo. Dirumuskan sebagai berikut:

$$CAR = \frac{Kas dan setara kas}{Kewajiban Lancar} \quad (4)$$

Sumber: Hery (2018:161)

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menggunakan modal kerja untuk menghasilkan laba, sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mengembalikan hutangnya baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang serta pembayaran dividen kepada investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Harun & Jeandry, 2018). Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan maka semakin besar tingkat pembayaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham.

Rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen dalam menghasilkan laba yang maksimal bagi perusahaan. Pada penelitian ini Profitabilitas di proksikan dengan *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

Menurut Kasmir (2016:201) ROA merupakan rasio yang menunjukkan *return* atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung *return on assets* adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Laba Bersih}{Total Asset} \quad (5)$$

Sumber: Oktrima (2017).

Return On Equity merupakan rasio perbandingan laba bersih setelah pajak yang dibandingkan dengan total ekuitas yang mana total ekuitas ini berasal dari pendapatan (*income*) yang ada bagi para pemilik perusahaan. Meskipun pemilik tersebut merupakan pemegang saham preferen maupun pemegang saham biasa atas modal yang telah diinvestasikan di perusahaan tersebut (Harahap, 2008:305). *Return on equity* ini menunjukkan kemampuan perusahaan didalam mengelola modalnya sendiri atau disebut dengan *net worth*, yang mana secara efektif dan mengukur tingkat laba dari investasi yang telah dilakukan pemilik modal atau pemegang saham (Agnes, 2009:20). *Return on equity* menggambarkan rentabilitas modal atau yang juga disebut sebagai rentabilitas usaha. Sedangkan rumus untuk *return on equity* adalah:

$$ROE = \frac{Laba Bersih}{Total Ekuitas} \quad (6)$$

Sumber : Hery (2018:195).

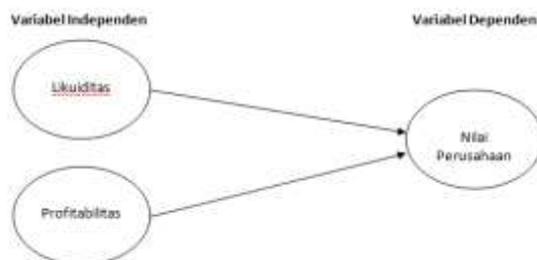
Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan yang selanjutnya dianalisis secara kritis sehingga menghasilkan sintesa hubungan antar variabel penelitian.

Kasmir (2012) menyatakan bahwa likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Fungsi dari rasio likuiditas adalah untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak di luar perusahaan maupun di dalam perusahaan. Rasio likuiditas atau sering disebut rasio modal kerja merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas dapat diukur dengan *current ratio* dan *cash ratio*.

Profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui upaya manajemen terhadap dana yang diinvestasikan oleh pemilik dan investor. Semakin tinggi laba atau profitabilitas yang diperoleh perusahaan, semakin baik untuk nilai perusahaan tersebut. Profitabilitas dapat diukur menggunakan ROA (*Return on Assets*) dan ROE (*Return On Equity*).

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan dan diringkas dari hasil penelitian sebelumnya, berikut ini model kerangka pemikiran penelitian mengenai analisis likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.



Sumber: Data diolah sendiri

Gambar 1: Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis Penelitian

Menurut (Priyatno, 2010) “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti (yang telah ditetapkan, dirumuskan, dan diidentifikasi)”. Disebut sementara karena bersifat rasional atau logis sebagai hasil deduktif yang belum tentu benar (perlu diuji secara empiris) selain itu hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian dan belum merupakan jawaban yang empiris.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Sudiani & Darmayanti, (2016) menyatakan bahwa likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi jangka pendeknya yang telah jatuh tempo. Menurut hasil penelitian likuiditas berhubungan positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai likuiditas maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan dan semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan rendah. Beberapa penelitian sebelumnya mengkaitkan likuiditas dengan nilai perusahaan (Harun & Jeandry, 2018; Oktrima, 2017; Regia Rolanta et al., 2020). Kemampuan kas yang tinggi pada perusahaan akan berdampak pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

H1 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dapat diartikan juga bahwa perusahaan tersebut memiliki tingkat penjualan atau pendapatan yang tinggi. Beberapa penelitian sebelumnya mengkaitkan profitabilitas dengan nilai perusahaan (Fajaria, 2018; Jihadi et al., 2021; Kalbuana, N., Prasetyo, B., Kurnianto, B., & Saputro, 2020; Mardiyati et al., 2015; Pratiwi et al., 2020; Regia Rolanta et al., 2020; Reschiwati et al., 2020; Runis et al., 2021; Sari, 2020; Sitepu & Wibisono, 2020; Tahu & Susilo, 2017; Yanti & Abundanti, 2019; Zuhroh, 2019). Semakin besar profitabilitas perusahaan maka semakin menarik minat investor dalam menanamkan saham pada perusahaan tersebut, dengan harapan para investor mendapatkan keuntungan maka nilai perusahaan tersebut akan semakin besar. Menurut hasil penelitian Purnomo & Erawati, (2019) bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Widiyanto, 2013) “Pendekatan kuantitatif adalah data yang diperoleh berupa angka-angka atau data kuantitatif yang diangkakan tersebut diolah, diinterpretasi dan ditarik kesimpulan dan diambil kesimpulan”.

SEM-PLS (*Structural Equation Model – Partial Least Square*) akan digunakan untuk menganalisa data yang dihasilkan. Penggunaan SEM-PLS dikarenakan jumlah sampel dalam penelitian ini sedikit (kurang dari 100 sampel). SEM (*Structural Equation Model*) adalah model persamaan struktural dengan analisis *multivariate* yang memungkinkan untuk menguji hubungan antar variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *non-recursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model.

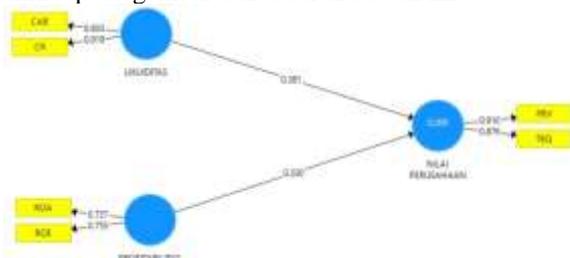
PLS (*Partial Least Square*) adalah model persamaan struktural (SEM) yang berbasis komponen atau varian (*variance*). Menurut Ghozali & Latan (2020) “PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian”. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas/teori, sedangkan PLS lebih bersifat *predictive model*. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif. Hal ini tidak dapat dilakukan oleh SEM yang berbasis kovarian karena akan menjadi *unidentified model*. Menurut Ghozali & Latan (2020) tujuan PLS adalah membantu peneliti untuk tujuan prediksi.

Penelitian ini memiliki dua variabel independen yaitu variabel likuiditas dan profitabilitas. Variabel likuiditas menggunakan indikator *current ratio* dan *cash ratio* sedangkan profitabilitas menggunakan indikator *return on assets* (ROA) dan *return on Equity* (ROE). Dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang menggunakan indikator Tobin’s Q dan *Price Book Value* (PBV).

Dengan menggunakan metode *purposive random sampling* terdapat 15 (lima belas) perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 yang telah memenuhi syarat penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian dengan *SmartPLS Algoritm* dapat dilihat pada gambar dan tabel di bawah ini:



Sumber: Hasil *SmartPLS*

Gambar 2: Hasil Pengujian dengan *SmartPLS*

Berdasarkan Gambar 2 menerangkan bahwa CAR dan CR mampu merefleksikan likuiditas dengan nilai *outer loadings* masing-masing sebesar 0,933 dan 0,919. Profitabilitas dijelaskan oleh dua indikator yaitu ROA dan ROE senilai 0,737 dan 0,753. PBV dan TBQ mampu merefleksikan nilai perusahaan dengan nilai *outer loadings* sebesar 0,910 dan 0,876 sehingga semua indikator telah memenuhi ketentuan *convergent validity*. Menurut (Ghozali & Latan, 2020) “*convergent validity* adalah measurement model dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara *score* item/indikator dengan *score* konstruksya. Indikator individu dianggap *reliable* jika memiliki nilai korelasi diatas 0,70”.

Hasil pengujian hipotesis dengan *SmartPLS Bootstrapping* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1: Hasil Pengujian Pengujian Hipotesis

Variabel	Original Sample	Std Deviasi	T Statistic > 1,96	P Values < 0,05	Ket
Likuiditas -> Nilai Perusahaan	0,381	0,069	5,552	0,000	Positif Signifikan
Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0,230	0,083	2,784	0,006	Positif Signifikan

Sumber: Hasil *SmartPLS*

Berdasarkan tabel diatas likuiditas memiliki nilai T *statistic* sebesar 5,552 > 1,96 dengan nilai koefisien sebesar 0,381 berarti likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan signifikan pada 0.000 (<0,05), yang artinya semakin tinggi nilai likuiditas maka akan tinggi nilai perusahaan begitupun sebaliknya. Kuswanta (2016) menyatakan bahwa likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban yang telah jatuh tempo. Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2012). Kemampuan kas yang tinggi akan berdampak terhadap kemampuan kewajiban jangka pendek perusahaan dan berdampak positif pada nilai perusahaan.

Dalam teori sinyal, likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang akan jatuh tempo. Perusahaan yang semakin besar memiliki likuiditas yang semakin besar yang berarti memiliki aset lancar yang lebih untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Dengan semakin baik likuiditas perusahaan menandakan bahwa perusahaan tersebut sanggup dalam membayarkan hutang yang akan jatuh tempo dan perusahaan tersebut akan dipandang baik oleh investor sehingga banyak investor yang menanamkan saham di perusahaan tersebut, menjadikan harga

saham perusahaan meningkat maka nilai perusahaan tersebut akan meningkat Sudiani dan Darmayanti (2016) dan Uli dkk (2020) yang menyatakan bahwa likuiditas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Namun menurut Manurung dan Herijawati (2016) dan Lumoly dkk (2018) bahwa likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas memiliki nilai *T statistic* sebesar $2,784 > 1.96$ dengan nilai koefisien sebesar $0,230$ berarti profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan signifikan pada $0.006 (<0,05)$, yang artinya besar kecilnya Profitabilitas mempengaruhi nilai Oerusahaan.

Profitabilitas bagi perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam penggunaan modal kerja tertentu untuk menghasilkan laba tertentu sehingga perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam mengembalikan utang- utangnya baik utang jangka pendek maupun utang jangka panjang serta pembayaran dividen bagi para investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Harun & Jeandry, 2018). Profitabilitas merupakan rasio yang dapat mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatnya profitabilitas perusahaan akan meningkatkan return yang akan didapatkan oleh investor. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan maka semakin besar tingkat pembayaran dividen yang dibagikan kepada pemegang saham sehingga dapat memicu kenaikan permintaan saham. Penelitian ini sejalan dengan Sudiani dan Darmayanti (2016) dan Purnomo dan Erawati (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan penelitian Tarima dkk (2016) dan Sondakh (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Kondisi ekonomi saat ini telah menciptakan persaingan yang ketat antara perusahaan dengan perusahaan lainnya. Persaingan membuat setiap perusahaan menjadi lebih meningkatkan kinerja perusahaannya, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Penelitian ini fokus meneliti pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman periode 2016 sampai dengan 2020. Berdasarkan hasil penelitian, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan begitupula variabel profitabilitas terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Data penelitian ini masih terbatas, sehingga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan data penelitian tidak hanya terpaut pada sektor makanan dan minuman saja. Dan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan selain dari variabel

dalam penelitian ini sehingga hasil yang dihasilkan akan lebih representatif.

REFERENSI

- Agnes, Sawir. 2009. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama Arianti dan Putra. (2018).
- Fahmi, Irham. 2012. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Fajaria, A. Z. (2018). The Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Growth of Firm Value with its Dividend Policy as a Moderating Variable. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 6(10), 55–69. <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0610005>
- Ghozali, I. & Latan, H. 2020. Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2008. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Harun, S., & Jeandry, G. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, Leverage, Likuiditas Dan Size terhadap Dividen Payout Ratio (DPR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi*, 5(2), 122–137. <https://ejournal.unkhair.ac.id/index.php/trust/article/view/960/718>
- Hemastuti, C. P., & Hermanto, S. B. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi Dan Kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol.3(No.4), 1– 15. <https://core.ac.uk/download/pdf/151518024.pdf>
- Hery. 2018. *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. Cetakan Ketiga. PT. Gramedia: Jakarta.
-2019. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ismiyanti, Fitri dan M.M. Hanafi. 2003. Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Risiko, Kebijakan Utang dan Kebijakan Dividen: Analisis Persamaan Simultan. *Prosiding Simposium*. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/21437>
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423>
- Kalbuana, N., Prasetyo, B., Kurnianto, B., & Saputro,

- R. (2020). Liquidity Effect, Profitability Leverage to Company Value: A Case Study Indonesia. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(11), 2800–2822. https://ejmcm.com/article_6290.html
- Kasmir. (2009). Bank dan Lembaga Keuangan lainnya. Edisi Revisi 2008. Jakarta, Rajawali Pers.
- (2012). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kuswanta, T. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Kompas 100. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(2), 162–174. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/25528>
- Lumoly, Selin *et al.* (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal EMBA*. Vol. 6 No. 3 Juli 2018. Hal 1108-1117. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20072>
- Manurung, M. S., & Herijawati, E. (2016). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Logam Dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 8(2), 1–6. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto/article/download/112/68>
- Mardiyati, U., Nur Utami, S. G., & Ahmad, G. N. (2015). the Effect of Profitability, Liquidity, Leverage and Firm Size Toward Bond Rating on Non Financial Institution Listed in Indonesia Stock Exchange Period 2010-2014. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(2), 579–598. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.2.05>
- Oktrima, B. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur modal terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: PT. Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011 – 2015). *Jurnal Sekuritas - Manajemen Keuangan*, 1(1), 98–107. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SKT/article/view/622>
- Pratiwi, H., Andri, R., Sari, D. P., & Yengsih, R. M. (2020). *the Effect of Liquidity and Working Capital on Corporate*. 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.31933/DIJEFA>
- Priyatno, Duwi., (2010). SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Purnomo, E., & Erawati, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012- 2016). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(4), 37–57. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.882>
- Regia Rolanta, Riana R Dewi, & Suhendro. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 57–66. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.395>
- Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020). Effect of liquidity, profitability, and size of companies on firm value. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(Extra 6), 325–332. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3987632>
- Runis, A., Samsul Arifin, D., Masud, A., & Kalsum, U. (2021). The Influence of Liquidity, Leverage, Company Size and Profitability on Financial Distress. *International Journal of Business and Social Science Research*, 11–17. <https://doi.org/10.47742/ijbssr.v2n6p2>
- Sari, I. A. G. D. M. (2020). Profitability and liquidity on firm value and capital structure as intervening variable. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 116–127. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.828>
- Sari, Ratna Candra dan Zuhrotun. (2006). Keinformatifan Laba di Pasar Obligasi dan Saham : Uji Liquidation Option Hypothesis. *Symposium Nasional Akuntansi 9: Padang*. <http://blog.umy.ac.id/erwin/files/2012/06/K-AKPM-08.pdf>
- Sitepu, N. R., & Wibisono, C. H. (2020). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 1009-2013). *Publikasi Ilmiah*, 274–282. <http://e-journal.uajy.ac.id/8708/>
- Sondakh, Renly. 2019. The Effect of Dividen Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size on Firm Value. *Jurnal Accountability*. Vol. 8 No 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/accountability/article/view/24760>
- Sudiani, N. K. A., & Darmayanti, N. P. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 245861. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/20349/14754>
- Suroto. (2015). Pengaruh keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Februari 2010 - Januari 2015). *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 4(3), 100–117. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article>

- e/view/174/0
- Tahu, G. P., & Susilo, D. D. B. (2017). Effect of Liquidity , Leverage and Profitability to The Firm Value (Dividend Policy as Moderating Variable) in Manufacturing Company of Indonesia Stock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(18), 89–98. https://core.ac.uk/display/234632117?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1
- Tarima, Grandi *et al.* (2016). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 465–474. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/13629>
- Uli, R., Ichwanudin, W., & Suryani, E. (2020). Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal Dan Profitabilitas. *Tirtayasa Ekonomika*, 15(2), 321. <https://doi.org/10.35448/jte.v15i2.6795>
- Yanti, P. D. M., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Properti, *Real Estate dan Kontruksi Bangunan. E-Jurnal Manajemen*, 8(9), 5632–5651. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/46854>
- Widiyanto, M.A. (2013). Statistika Terapan, Konsep dan Aplikasi SPSS/Lisrel dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta : PT ElexMedia Komputindo.
- Zuhroh, I. (2019). The Effects of Liquidity, Firm Size, and Profitability on the Firm Value with Mediating Leverage. *KnE Social Sciences*, 3(13), 203. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4206>