

# PROSIDING 2022

Webinar Kolaborasi UHN IGB SUGRIWA  
DENPASAR & UNMAS DENPASAR



**mandiri**



**MENDORONG  
PERAN GENERASI  
MUDA DALAM  
MENGAKSELERASI  
EKONOMI DAN  
KEUANGAN  
DIGITAL**



**PROSIDING WEBINAR KOLABORASI  
UHN I GUSTI BAGUS SUGRIWA DENPASAR  
DAN UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR:  
MENDORONG PERAN GENERASI MUDA DALAM  
MENGAKSELERASI EKONOMI DAN KEUANGAN DIGITAL**

**Aula Digital Bank Indonesia dan Online via Zoom  
24 Juni 2022**



**Penerbit:  
UHN SUGRIWA PRESS**

**Steering Committee:**

Prof. Dr. Drs. I Gusti Ngurah Suidiana, M.Si

Dr. Drs. I Nyoman Ananda, M.Ag

**Panitia Pelaksana:**

Ni Made Rai Kristina, SE.,MM

Dr. Ni Made Dwi Puspawati, S.E., MM

Ni Luh Putu Uttari Premananda, SE., M.Si

Luh Gede Surya Kartika, S.T., M.T

Kaden Erika Wahyuni

Ni Komang Elentya Putri

Md Yudyantara Risadi, M.Pd

Diah Nirmala Dewi, M.Pd.H

Made Ika Kusuma Dewi, S.I.Kom., M.I.Kom

I Nengah Alit Nuriawan, SS., M.Par

I Gusti Ayu Jantiana Manik Wedanti, SH., MH

Kadek Nonik Rasminingsih, S.E., M.M

Ni Kadek Evitasari

Ni Nyoman Putri Sulistywati

Ulio, S.M., M.I.Kom

I Putu Suyasa Ariputra, S.Pd., S.S., M.Pd

Ida ayu Diah Larasanti, S.Sos.H., M.I.Kom

I Made Sugita, S.Pd., M.H

I Putu Adi Saskara, S.Kom., M.I.Kom

I Gusti Ketut Indra Pranata Darma, S.T., M.M.Par

I Nyoman Surpa Adisastra, SH.H., M.Ag

**Diselenggarakan Oleh:**

UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dan Universitas Mahasaraswati Denpasar

**Penulis:**

Pemakalah Webinar Kolaborasi

**Reviewer:**

I Made Budiasa,, S.Sos., M.Si

Dr. I Ketut Wardana Yasa, S.E.,M.Fil.H

Dr. I Wayan Wiwin, SST.Par.,M.Par

Dr. I Gst. Ngr. Pertu Agung, S.Sn.,M.Ag

Ida Bagus Sudarma Putra, SH.,M.H

**Editor:**

Bagus Ade Tegar Prabawa, M.I.Kom

Putu Riska Wulandari, S.Si., M.Si

**Desain Grafis:**

I Putu Adi Pratama, S.Kom., M.Cs

**ISBN :**

**Diterbitkan oleh:** UHN SUGRIWA PRESS

**Redaksi:**

Jalan Ratna No 51 Denpasar

Telp/Fax 0361 226656, Kode Pos 80237

Email: [uhnpress@uhnsugriwa.ac.id](mailto:uhnpress@uhnsugriwa.ac.id)

**Cetakan pertama:** Juni 2022

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin penulis dari penerbit

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Tuhan Yang Maha Esa) atas segala karunia-Nya, sehingga Prosiding Webinar Kolaborasi antara UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dan Universitas Mahasaraswati Denpasar yang di dukung oleh Bank Indonesia dengan tema “Mendorong Peran Generasi Muda dalam Mengakselerasi Ekonomi dan Keuangan Digital” ini akhirnya berhasil diterbitkan. Prosiding ini merupakan kumpulan makalah yang disajikan dalam Webinar Kolaborasi antara Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dan Universitas Mahasaraswati Denpasar yang di dukung oleh Bank Indonesia dan Bank Mandiri dengan tema “Mendorong Peran Generasi Muda dalam Mengakselerasi Ekonomi dan Keuangan Digital” yang diselenggarakan pada tanggal 24 Juni 2022.

Tujuan webinar ini selain sebagai media diskusi juga untuk meningkatkan kontribusi para akademisi dan profesional mulai merangsang generasi muda dalam berwirausaha dengan memanfaatkan keuangan digital sehingga dapat mempercepat perkembangan ekonomi khususnya dibali, selain itu untuk membangun suasana kondusif untuk meningkatkan jejaring antar perguruan tinggi maupun lembaga pemerintah seperti Bank Indonesia dan Bank Mandiri. Telah terhimpun sebanyak 26 makalah yang dipresentasikan secara oral.

Terima kasih kami sampaikan kepada semua penulis yang telah menyumbangkan makalahnya dalam prosiding ini. Terima kasih kami sampaikan kepada seluruh dosen dan mahasiswa Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar dan Universitas Mahasaraswati Denpasar serta rekan-rekan dari Bank Indonesia yang telah terlibat dalam perencanaan dan penyelenggaraan webinar ini. Terima kasih pula kepada rekan-rekan yang telah bekerja keras dalam pembuatan prosiding ini baik dari segi naskah agar memenuhi kaidah penulisan ilmiah dan ejaan bahasa Indonesia yang disempurnakan maupun dari segi tampilan yang disajikan secara apik.

Kami mohon maaf bila terdapat kekeliruan dalam penerbitan prosiding ini. Kami berharap dengan adanya webinar dan prosiding ini kiranya dapat berguna dan memberikan manfaat.

Denpasar, Juni 2022

Redaksi

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
SPONSOR DAN ORGANISASI PENDUKUNG.....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
<b>PENGARUH TUNJANGAN KINERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL PADA DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KABUPATEN GIANYAR</b>	
Ida Ayu Istri Virgantari, I Nengah Sudja, dan Yenny Verawati.....	1
<b>PENGARUH KOMUNIKASI, LINGKUNGAN KERJA DAN KERJASAMA TIM TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR CAMAT MARGA TABANAN</b>	
I Wayan Arna Pranata, I Wayan Sujana, dan Ni Nyoman Ari Novarini .....	10
<b>PENGARUH LIKUIDITAS, INTELLECTUAL CAPITAL, DAN CAPITAL ADEQUACY RATIO (CAR) TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) 2016 – 2019</b>	
Ni Luh Putu Novia Kristina Dewi, I Wayan Sukadana, dan Gregorius Paulus Tahu.....	21
<b>PENGARUH CURRENT RATIO, DEBT TO ASSETS RATIO DAN TOTAL ASSETS TURNOVER RATIO TERHADAP FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019</b>	
Vika Agustya Amanda, I Wayan Sukadana, dan I Wayan Suarjana.....	36
<b>PENGARUH INFLASI DAN PROFITABILITAS TERHADAP RETURN SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</b>	
Ni Putu Eka Damayanti, I Wayan Widnyana, dan I Gusti Ngurah Bagus Gunadi.....	59
<b>PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU, KARAKTERISTIK PEKERJAAN, DAN KARAKTERISTIK SITUASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT. ASTA MOTOR PERKASA DEALER UTAMA KYMCO BALI</b>	
I Made Gowinda Jaya Sapta, Ida Bagus Made Widiadnya, dan Sapta Rini Widyawati .....	73
<b>PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KSP CANDRA SEDANA ASRI GIANYAR</b>	
Ni Putu Meilina, Nengah landra, dan Ni Made Dwi Puspitawati .....	84

PENGARUH KOMPETENSI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PERINDUSTRIAN DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BADUNG I Nyoman Artajaya, Ni Nyoman Suryani, dan I Nyoman Mustika .....	97
PENGARUH CELEBRITY ENDORSER, FASILITAS, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA KEBUN BINATANG BALI SAFARI & MARINE PARK DI KABUPATEN GIANYAR BALI Dewa Ayu Yunita Suandani, Ni Putu Nita Anggraini, dan Pande Ketut Ribek.....	106
PENGARUH PRICE, CUSTOMER VALUE, SERVICE QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA BATIK AIR DI BALI Sultan Rizaldi, Ni Wayan Eka Mitariani, SE.,MM., dan I Gusti Ayu Imbayani, SE.,MM.....	120
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN KOPI DI DESA COLOL, KABUPATEN MANGGARAI TIMUR Bagus Ade Tegar Prabawa, Kadek Tedy Mandala Putra, dan I Putu Suyasa Ariputra .....	149
SOSIALISASI PENERAPAN QRIS DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI TRANSAKSI KEUANGAN SAAT PANDEMI DI PAMERAN IKM BALI BANGKIT TAHUN 2022 TAMAN BUDAYA BALI ART CENTER Kadek Apriada dan Putu Riska Wulandari .....	152
DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM DI DESA SUMERTA KAJA Putu Riska Wulandari, Kadek Apriada, dan I Made Sugita .....	158
ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. JTB INDONESIA I Made Krisma Anatama, I Nengah Suardhika, dan I Gede Yudhi Hendrawan.....	163
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA DAN LOYALITAS KARYAWAN PADA MITRA 10 GATSU DENPASAR Ni Luh Kadek Noviyanti, I Ketut Setia Sapta, dan I Gede Rihayana .....	170
PENGARUH SERVICESCENARIOS, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI AKASA KINTAMANI COFFEE Ni Putu Liya Trisna Yanti, I Gusti Agung Ngr Gd Eka Teja Kusuma, dan I Made Surya Prayoga..	179
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUSU UHT ULTRA MILK DI KECAMATAN MENGWI Ni Nyoman Ayu Sari Pradnyawati, I Gst Agung Ngr Gede Eka Teja Kusuma, dan I Wyn Gede Antok Setiawan Jodi3 .....	189
PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KANTOR DESA KAMASAN KABUPATEN KLUNGKUNG	

Ida Bagus Reenda Triopara, Gde Bayu Surya Parwita, dan I Nyoman Resa Adhika .....	197
<b>PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN PROMOSI JABATAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA LPD DESA PAKRAMAN RENON DENPASAR SELATAN</b>	
Marliana Ina Kii, Anak Agung Dwi Widyani, dan Daniel Manek .....	208
<b>PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA DENPASAR TIMUR</b>	
Putu Rusita Anantika Putri, Anak Agung Dwi Widyani, dan Tiksnayana Vipraprastha.....	220
<b>PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA OUTLET STARBUCKS</b>	
Putu Lady Octaviana Paradilla, Anak Agung Putu Agung, dan Ni Putu Cempaka Dharmadewi Atmaja.....	227
<b>PENGARUH VARIASI PRODUK, STORE ATMOSPHERE, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV MUTIARA PERMAI CANTIKA GIANYAR</b>	
Kadek Mia Erika Putri ,Anak Agung Putu Agung, dan Ni Putu Cempaka <sup>2</sup> , Dharmadewi Atmaja.....	235
<b>PENGARUH LABA, ARUS KAS, DAN LEVERAGE TERHADAP FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2019</b>	
Ni Wayan Dewik Suariyani, Agus Wahyudi Salasa Gama, dan Ni Putu Yeni Astiti.....	243
<b>PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT HINDU MELALUI PROGRAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL</b>	
I Nyoman Bontot.....	252
<b>PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL DALAM PEMASARAN HASIL TANI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN HIDUP PETANI</b>	
I Gusti Ayu Jatiana Manik Wedanti, Ulio, dan I Wayan Yudhasatya Dharma .....	257
<b>DIGITALISASI SISTEM PELAPORAN KEUANGAN BERBASIS CLOUD ACCOUNTING PADA UMKM</b>	
Ni Luh Putu Uttari Premananda, dan Md. Yudyantara Risadi .....	265



**PENGARUH TUNJANGAN KINERJA DAN DISIPLIN KERJA  
TERHADAP KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL PADA DINAS  
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
KABUPATEN GIANYAR**

**Ida Ayu Istri Virgantari<sup>1</sup>, I Nengah Sudja<sup>2</sup>, Yenny Verawati<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
E-mail: [daiiutari@gmail.com](mailto:daiiutari@gmail.com)

**Abstrak**

Karyawan merupakan aset utama organisasi dan mempunyai peran yang strategis. Bila tunjangan diberikan secara benar, pegawai akan termotivasi dan lebih terpusatkan untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi. Selain tunjangan, disiplin kerja pegawai juga mempengaruhi kinerjanya dalam perusahaan. Tanpa disiplin yang baik sulit bagi perusahaan mencapai hasil yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai.

Penelitian ini dilakukan pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar yang berlokasi di Jalan Erlangga Gianyar. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Negeri Sipil pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar yang berjumlah 51 orang pegawai. Metode pengambilan sampel menggunakan metode sampel jenuh. Teknik alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tunjangan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai negeri sipil, ini berarti bahwa semakin baik tunjangan kinerja maka kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar juga akan meningkat. Serta disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai negeri sipil, ini berarti semakin baik disiplin kerja maka kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar juga akan meningkat.

**Kata kunci: Tunjangan Kinerja, Disiplin kerja, Kinerja Pegawai**

*Abstract*

*Employees are the main asset of the organization and have a strategic role. If benefits are given properly, employees will be motivated and more focused on achieving organizational goals. In addition to allowances, employee work discipline also affects their performance in the company. Without good discipline, it is difficult for companies to achieve optimal results. This study aims to analyze the influence of performance allowances and work discipline on employee performance.*

*This research was conducted at the Department of Industry and Trade of Gianyar Regency which is located on Jalan Erlangga Gianyar. The sample in this study were all civil servants at the Department of Industry and Trade of Gianyar Regency, totaling 51*

*employees. The sampling method used the saturated sample method. The data analysis tool technique used is multiple linear regression analysis*

*The results show that the performance allowance has a positive and significant effect on the performance of civil servants, this means that the better the performance allowance, the performance of civil servants at the Department of Industry and Trade of Gianyar Regency will also increase. And work discipline has a positive and significant effect on the performance of civil servants, this means that the better work discipline, the performance of civil servants at the Department of Industry and Trade of Gianyar Regency will also increase.*

**Keywords: Performance Allowance, Work Discipline, Employee Performance.**

## PENDAHULUAN

Pegawai yang bekerja maksimal terhadap perusahaannya sangat diperlukan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas perusahaannya, maka dari itu pegawai harus meningkatkan kualitas kinerjanya. Kinerja merupakan fungsi dari motivasi dan kemampuan. Agar dapat menyelesaikan tugas atau pekerjaan seseorang seharusnya memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Menurut Wibowo (Prayogi dkk, 2019) menyatakan bahwa “kinerja adalah merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan yang kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan dan memberikan kontribusi ekonomi”. Kinerja merupakan perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan. Mangkunegara (2015) yang menyatakan bahwa “kinerja sebagai hasil kerja secara kualitas atau kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

tingkat nilai ekspor pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar Tahun 2020 tidak maksimal karena adanya penurunan tingkat ekspor yang disebabkan karena adanya pandemi menyebabkan penerbangan ditutup sementara, Dimana data yang diperoleh pada bulan Maret sampai Juni yaitu tidak adanya aktivitas ekspor yang terjadi, jadi

tingkat nilai ekspor pada tahun 2020 masih belum mencapai target yaitu 3,06%. Dari hasil data tersebut menunjukkan bahwa kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar menurun. Hal ini menunjukkan kurangnya keseriusan dan tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas yang diberikan.

Sulistiyani dan Rosidah (Wardana dan Agustina, 2018) mengatakan bahwa tunjangan kinerja adalah segala sesuatu yang diterima oleh pegawai sebagai balas jasa (kontra prestasi) atas kerja mereka. Pada dasarnya tunjangan merupakan kontribusi yang diterima oleh pegawai atas pekerjaan yang telah dikerjakannya. Jumlah rata-rata pemberian tunjangan diukur berdasarkan tingkat jabatan dan tingkat tanggung jawab pegawai terhadap tugas yang diberikan. Dalam hal ini besaran pemberian tambahan penghasilan yang diterima pada pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan tertinggi yaitu untuk Kepala Dinas golongan IV sebesar Rp. 19.000.000 dan terendah yaitu Staf golongan I dan II sebesar Rp. 1.300.000 pemberian tunjangan pada umumnya terkait dengan upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pegawainya akan rasa nyaman, sebagai bentuk pelayanan kepada pegawai serta menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pegawainya.

Tujuan utama pemberian tambahan penghasilan pegawai tersebut adalah dalam rangka meningkatkan kinerja

pegawai negeri sipil. Meskipun telah diberikan tunjangan kinerja sesuai dengan peraturan Bupati ternyata masih saja di temukan masalah-masalah seperti tunjangan yang diterima tidak sesuai dengan kinerja yang diberikan ASN (Aparatur Sipil Negara) kepada instansi, kemudian keterlambatan pemberian tunjangan. Hal lain yang mempengaruhi dalam pemberian tunjangan adalah tingkat disiplin kerja pegawai dalam mengerjakan suatu tugas dan tanggung jawabnya.

Saydam (Prayogi dkk, 2019) menyatakan bahwa “Disiplin adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi dan mentaati segala norma-norma peraturan yang berlaku disekitarnya.” Terlihat bahwa faktor-faktor terpenting dari disiplin kerja adalah sikap dan perilaku yang taat dan tunduk pada peraturan yang ada dengan penuh kesadaran. tingkat absensi pegawai pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar tahun 2020 cenderung berflutuasi, dimana presentase tingkat absen pegawai rata-rata sebesar 3,08 persen. Ini berarti tingkat absensi pegawai tergolong tinggi karena tingkat absensi yang wajar berada dibawah 3 persen, diatas 3 sampai 10 persen dianggap tinggi. Sehingga dengan demikian perlu mendapat perhatian serius dari pihak perusahaan. Ini berarti bahwa tingkat absensi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar naik turun atau tidak tetap. Karena tingkat absensi dapat mempengaruhi baik atau tidaknya kinerja pegawai.

Tunjangan Kinerja dan Disiplin Kerja sangat penting dalam memotivasi kinerja pegawai. Karena melalui Tunjangan kinerja dan Disiplin kerja pegawai akan menjadi lebih berkualitas dan bertanggung jawab dengan tugas yang diberikan. Dengan demikian Tunjangan dan Disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Hal ini juga diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Randriany dkk (2020) bahwa berpengaruh positif signifikan

terhadap kinerja pegawai. Pegawai merasa dihargai dengan adanya pemberian tunjangan yang diberikan perusahaan dengan harapan agar pegawai bekerja lebih keras dan lebih disiplin terhadap tanggung jawabnya. Penelitian oleh Wairooy dkk (2017) menunjukkan bahwa Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. dan Pelawi, dkk (2021) menemukan perbedaan bahwa Disiplin Kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, fenomena yang di dapat dalam penelitian pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar terlihat dari kinerja pegawai masih kurang baik dan terdapat masalah yang disebabkan oleh keterlambatan tunjangan untuk pegawai. Lambatnya pemberian tunjangan di karenakan dari jumlah kehadiran pegawai yang masih rendah.

Berdasarkan uraian tersebut dari fenomena yang terjadi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Gianyar, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai “Pengaruh Tunjangan Kinerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Goal Setting Theory***

Penelitian ini menggunakan *goal-setting theory* yang dikemukakan oleh Locke (1968) sebagai teori utama (*grand theory*) yang mengatakan adanya hubungan yang tidak terpisahkan antara penetapan tujuan dan kinerja. *Goal-setting* merupakan bentuk teori motivasi *Goal-setting theory* menekankan pada pentingnya hubungan antara tujuan yang ditetapkan dan kinerja yang dihasilkan. Konsep dasarnya yaitu seseorang yang mampu memahami tujuan yang diharapkan oleh organisasi, maka pemahaman tersebut akan mempengaruhi perilaku kerjanya. *Goal-Setting Theory* mengisyaratkan bahwa seorang individu

berkomitmen pada tujuan. Jika seorang individu memiliki komitmen untuk mencapai tujuannya, maka komitmen tersebut akan mempengaruhi tindakannya dan mempengaruhi konsekuensi kerjanya. Capaian atas sasaran (tujuan) yang ditetapkan dapat dipandang sebagai tujuan/tingkat kinerja yang ingin dicapai oleh individu.

### Kinerja Pegawai

Menurut Wibowo (Prayogi dkk, 2019) menyatakan bahwa “kinerja adalah merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan yang kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan dan memberikan kontribusi ekonomi”. Kinerja merupakan perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai dengan perannya dalam perusahaan. Mangkunegara (2015) yang menyatakan bahwa “kinerja sebagai hasil kerja secara kualitas atau kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

### Tunjangan Kinerja

Sulistiyani dan Rosidah (Wardana dan Agustina, 2018) mengatakan bahwa tunjangan kinerja adalah segala sesuatu yang diterima oleh pegawai sebagai balas jasa (kontra prestasi) atas kerja mereka. Pada dasarnya tunjangan merupakan kontribusi yang diterima oleh pegawai atas pekerjaan yang telah dikerjakannya. Menurut Garry Dessler (Hamidun dkk, 2021) tunjangan kinerja merupakan pemberian imbalan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat prestasi kerja itu sendiri. Manusia cenderung untuk berusaha lebih giat apabila balas jasa yang diterima memberikan kepuasan terhadap apa yang diminta.

### Disiplin Kerja

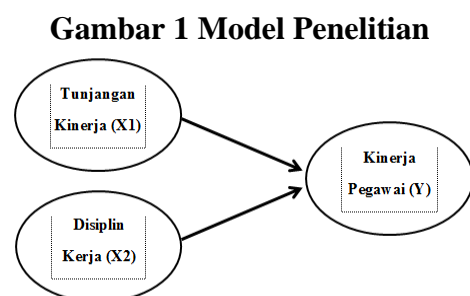
Saydam (Prayogi dkk, 2019) menyatakan bahwa “Disiplin adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk

mematuhi dan mentaati segala norma-norma peraturan yang berlaku disekitarnya.” Terlihat bahwa faktor-faktor terpenting dari disiplin kerja adalah sikap dan perilaku yang taat dan tunduk pada peraturan yang ada dengan penuh kesadaran. Menurut Hasibuan (Liyas dan Primadi, 2017) Disiplin kerja juga dapat diartikan kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati peraturan perusahaan atau organisasi dan norma-norma sosial yang berlaku, dimana karyawan selalu datang dan pulang tepat waktu dan mengerjakan semua pekerjaannya dengan baik.

## KERANGKA BERPIKIR DAN RUMUSAN HIPOTESIS

### Kerangka Berpikir

Kerangka konseptual merupakan hubungan variabel-variabel penelitian yang diteliti meliputi pengaruh tunjangan kerja (X1) dan disiplin kerja (X2) terhadap kinerja karyawan (Y), dapat digambarkan dalam model penelitian berikut ini:



Sumber: Hasil pemikiran peneliti

### Hipotesis

H<sub>1</sub>: Tunjangan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar.

H<sub>2</sub>: Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian

dan Perdagangan Kabupaten Gianyar.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar yang berlokasi di Jalan Erlangga Gianyar.

### **Objek Penelitian**

Obyek penelitian dalam penelitian ini berfokus pada tunjangan dan disiplin kerja terhadap pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar.

### **Definisi Operasional Variabel**

#### **Kinerja Pegawai (Y)**

Kinerja pegawai adalah suatu hasil kerja yang dicapai oleh pegawai pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar dalam melaksanakan tugas-tugasnya yang dibebankan kepada pegawai yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu menurut standar dan kriteria yang dibebankan kepada pegawai yang bekerja pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar. Adapun kinerja diukur dengan enam (6) indikator yaitu, antara lain:

- a. Kualitas kerja
- b. Kuantitas kerja
- c. Ketepatan waktu
- d. Efektifitas
- e. Kemandirian
- f. Komitmen kerja

#### **Tunjangan (X1)**

Tunjangan adalah pemberian imbalan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat hasil kerja pegawai pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar. Adapun variabel tunjangan diukur dengan empat (4) indikator yaitu, antara lain:

- a. Kesesuaian tunjangan
- b. Kecukupan tunjangan

- c. Kepuasan tunjangan
- d. Ketepatan waktu

#### **Disiplin kerja (X2)**

Komitmen Organisasional Disiplin kerja adalah kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati peraturan perusahaan atau organisasi dan norma-norma sosial yang berlaku dimana pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan selalu datang dan pulang tepat waktu dan mengerjakan semua pekerjaan dengan baik. Adapun variabel Disiplin kerja diukur dengan lima (5) indikator yaitu, antara lain:

- a. Kehadiran
- b. Tata cara kerja
- c. Ketaatan pada atasan
- d. Kesadaran bekerja
- e. Tanggung jawab

### **Metode Penelitian**

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Negeri Sipil pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gianyar yang berjumlah 51 orang pegawai. Dalam penelitian ini karena subyek populasinya hanya 51 orang, jumlah keseluruhan kurang dari 100 subyek, maka semua populasi dijadikan sampel. Dengan demikian penelitian ini menggunakan sampel jenuh.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data penelitian menggunakan uji instrument penelitian terdiri dari deskriptif dan analisis inferensial yang terdiri dari analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis korelasi berganda, analisis determinasi, uji f dan uji t.

## **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Analisis Inferensial**

#### **Tabel 1**

#### **Rekapitulasi Hasil Analisis**

	B	Beta	T	Sig.
Konstanta	1,796		1,910	0,062
Tunjangan Kinerja	0,901	0,390	7,394	0,000
Disiplin Kerja	0,390	0,351	4,104	0,000
R	0,949			
Adjusted R. Square	0,896			
F	216,502			
Sig. F	0,000			

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan nilai-nilai pada Tabel 1, maka persamaan regresi linier berganda akan menjadi:

$$Y = 1,796 + 0,901 X_1 + 0,390 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, diperoleh persamaan garis regresi yang memberikan informasi bahwa:

a = 1,796, artinya apabila tidak ada perhatian terhadap tunjangan kinerja dan disiplin kerja, atau nilainya konstan, maka besarnya kinerja pegawai adalah tetap.

b1 = 0,901, artinya apabila disiplin kerja dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya tunjangan kinerja akan diikuti oleh meningkatnya kinerja pegawai.

b2 = 0,390, artinya apabila tunjangan kinerja dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya disiplin kerja akan diikuti oleh meningkatnya kinerja pegawai.

Dari persamaan di atas maka dapat di jelaskan arah hubungan variabel tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap variabel terikat kinerja pegawai adalah positif. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah, dimana apabila tunjangan kinerja dan disiplin kerja ditingkatkan, maka akan diikuti oleh meningkatnya kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar, begitu sebaliknya.

## Uji asumsi klasik

### 1) Uji Normalitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual
N	51
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah berdistribusi normal.

### 2) Uji Multikolinearitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel Bebas	Tolerance	Nilai VIF
Tunjangan Kinerja	0,284	3,524
Disiplin Kerja	0,284	3,524

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

Pada Tabel 3 menunjukkan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3**  
**Hasil Pengujian Gejala Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.
Tunjangan Kinerja	0,800
Disiplin Kerja	0,909

Sumber: Pengolahan Data Penelitian

Dari Tabel 5.13 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai

absolut residualnya (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

### **Analisis Korelasi Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara Tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap Kinerja Pegawai. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1 didapat hasil koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,949. Berdasarkan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2012) bahwa koefisien korelasi berganda sebesar 0,949 berada antara 0,800 – 1,000 yang berarti korelasi adalah sangat kuat.

### **Koefisien Determinasi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi/sumbangan antara Tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap Kinerja Pegawai yang dinyatakan dalam persentase. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1 diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,896. Ini berarti besarnya kontribusi antara Tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap Kinerja Pegawai adalah sebesar 89,6% sedangkan sisanya 10,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### **Uji F**

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1, diperoleh nilai F hitung 216,502 dan signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa tunjangan kinerja dan disiplin kerja secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut juga berarti

semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh nyata secara bersama – sama terhadap variabel dependen.

### **Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara tunjangan kinerja dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan. Berdasarkan Tabel 1 di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk Tunjangan Kinerja adalah 7,394, diperoleh juga nilai koefisien beta 0,390, dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa tunjangan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis yang menyatakan tunjangan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai dapat diterima.
- 2) Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk disiplin kerja adalah 4,104, diperoleh juga nilai koefisien beta 0,351, dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis yang menyatakan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai dapat diterima.

### **Pembahasan Penelitian**

#### **Pengaruh Tunjangan Kinerja Terhadap Kinerja Pegawai**

Tunjangan Kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar. Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas instansi pemerintahan

dalam pembangunan daerah terutama peningkatan kinerja pegawai, perlu adanya motivasi agar pegawai bisa bekerja dengan baik dan maksimal. Salah satu caranya yaitu dengan memberikan tunjangan kinerja kepada pegawai sehingga memacu semangat pegawai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab atas pekerjaannya dengan cepat dan benar. Tunjangan kinerja merupakan salah satu implementasi pemberian kompensasi atau imbalan yang layak atas kinerja atau prestasi kerja. Atau dengan kata lain tunjangan kinerja adalah penghargaan berupa tambahan penghasilan yang diberikan kepada pegawai atas kinerjanya dengan tujuan untuk meningkatkan semangat kerja pegawai. Hal ini didukung oleh penelitian Randriany, dkk (2020) yang menyatakan bahwa tunjangan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja pegawai.

### **Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai**

Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar. Semua instansi pasti memerlukan manajemen yang baik agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat. Pelayanan yang maksimal dapat diberikan apabila instansi memiliki SDM yang memiliki disiplin kerja tinggi dalam bekerja. Dalam penerapannya, disiplin lebih ditekankan pada unsur kesadaran individu untuk mengikuti peraturan- peraturan yang berlaku dalam organisasi. Dalam hal ini, kedisiplinan penting bagi organisasi sebab akan ditaati oleh sebagian besar pegawai dan diharapkan pekerjaan akan dilakukan secara efektif. Hal ini didukung oleh penelitian Wairooy (2017) yang menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

### **PENUTUP**

### **Simpulan**

- 1) Tunjangan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai negeri sipil, ini berarti bahwa semakin baik tunjangan kinerja maka kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar juga akan meningkat.
- 2) Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai negeri sipil, ini berarti semakin baik disiplin kerja maka kinerja pegawai negeri sipil pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar juga akan meningkat.

### **Keterbatasan dan Saran**

#### **Keterbatasan Penelitian**

1. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, variabel Tunjangan kinerja dan disiplin kerja berkontribusi sebesar 89,6% terhadap Kinerja Pegawai. Sedangkan sisanya sebesar 10,4% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain, sehingga dapat dikatakan variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini belum mencakup keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Pegawai pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gianyar.
2. Penelitian ini hanya dilakukan disatu tempat penelitian saja. Sehingga kedepannya dapat dilakukan pada lingkup yang lebih luas lagi atau beberapa tempat penelitian.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat maka saran-saran yang dapat diajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penilaian responden terhadap variabel tunjangan kinerja,



dimana jawaban responden terendah berada pada pernyataan “Saya diberikan tunjangan tepat pada waktunya dan sesuai dengan yang telah ditentukan” dengan skor 168 dan rata – rata skor 3,29. Maka kepada atasan hendaknya dapat berkordinasi dengan bendahara keuangan untuk selalu melakukan pengecekan terhadap tunjangan yang diberikan kepada pegawai. Tunjangan diharapkan selalu cair tepat waktu sehingga tidak mengganggu kinerja pegawai dalam memberikan pelayanan.

2. Berdasarkan penilaian responden terhadap variabel disiplin kerja, dimana jawaban responden terendah berada pada pernyataan “Saya selalu hadir dalam kegiatan untuk melakukan aktifitas pekerjaan” dengan skor 168 dan rata – rata skor 3,29. Maka untuk dapat meningkatkan disiplin kerja pegawai pimpinan diharapkan dapat lebih tegas terhadap bawahan. Pegawai yang sering terlambat diharapkan dapat segera diberikan sanksi sehingga tidak menjadi contoh bagi pegawai lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mangkunegara, A.A.A.P. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Pelawi, P., dan Syahriani, V. 2021. Pengaruh Kemampuan, Pelatihan, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Dami Mas Sejahtera Kampar Riau. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil: Jwem*, Vol. 10, No. 2, pp. 77-88.
- Randriany, S., Herningsih, H., dan Matutu, A. 2020. Pengaruh Tunjangan Kinerja, Kepemimpinan, Dan Pengawasan Internal Terhadap Kinerja Pegawai Pada Institut Agama Islam Negeri Sorong. *Akmen Jurnal Ilmiah*, Vol. 17 No.3, pp. 368-380
- Wairooy, 2017. Pengaruh Disiplin Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Pertamina Persero, Tbk. Pemasaran Region VII Makassar. *Jurnal Ad'ministrare*, Vol. 4 No. 1, pp. 15-24
- Liyas, J. N., & Primadi, R. 2017. Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada bank perkreditan rakyat. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2. No 1, pp 17-26.
- Locke, E.A. 1968. *Toward A Theory of Task Motivation and Incentives. Organizational Behavior and Human Performance*, pp: 68-106.
- Wardana, L. W., & Agustina, Y. 2018. Tunjangan kinerja pegawai di lingkungan pemerintahan Kota Mojokerto. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, Vol. 3 No.1, pp 65-84.
- Prayogi, M. A., Lesmana, M. T., & Siregar, L. H. 2019. Pengaruh kompetensi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, No.2, pp. 666-670.

**PENGARUH KOMUNIKASI, LINGKUNGAN KERJA DAN  
KERJASAMA TIM TERHADAP KINERJA PEGAWAI  
PADA KANTOR CAMAT MARGA TABANAN**

**I Wayan Arna Pranata<sup>1</sup>, I Wayan Sujana<sup>2</sup>, Ni Nyoman Ari Novarini<sup>3</sup>**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
e-mail: arnapranata@gmail.com

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh komunikasi, lingkungan kerja dan kerjasama tim terhadap kinerja pegawai. Komunikasi yang baik dan efektif dapat membuat pekerjaan menjadi lebih cepat diselesaikan. Kemudian adanya lingkungan kerja yang, sehat, aman, dan nyaman dapat melaksanakan kegiatannya secara optimal. Selain itu untuk ingin mencapai hasil yang lebih baik maka perlu kerjasama tim sebagai elemen penting agar dapat bekerja sama. Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Camat Marga Tabanan yang berlokasi di Jalan Wisnu Marga, Kabupaten Tabanan. Populasi dalam penelitian adalah seluruh karyawan pada Kantor Camat Marga adalah sebanyak 36 orang karyawan. Sampel dalam penelitian ini adalah semua anggota populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling sensus atau sampel jenuh Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Serta kerjasama tim berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Kata Kunci : Komunikasi, Lingkungan Kerja, Kerjasama Tim, Kinerja Karyawan

*Abstract*

*The purpose of this study was to examine and analyze the effect of communication, work environment and teamwork on employee performance. Good and effective communication can make work done faster. Then the existence of a work environment that is healthy, safe and comfortable can carry out its activities optimally. In addition, to want to achieve better results, teamwork is needed as an important element in order to work together. This research was conducted at the Tabanan Sub-District Head Office, which is located on Jalan Wisnu Marga, Tabanan Regency. The population in this study were all employees at the Sub-district Head Office of Marga as many as 36 employees. The sample in this study were all members of the population. The sampling technique used in this research is census sampling or saturated sample. The analysis technique uses multiple linear regression. The results showed that communication had a positive and significant effect on employee performance. The work environment has a positive and significant effect on employee performance. And teamwork has a positive and significant effect on employee performance.*

*Keywords: Communication, Work Environment, Teamwork, Employee Performance*

## I. PENDAHULUAN

Dalam suatu lembaga, peranan sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting. Keberhasilan dan organisasi akan berhasil dan efektif karena didalamnya memiliki kinerja yang baik dan ditopang oleh sumber daya manusia yang berkualitas. Kesadaran perusahaan dalam pentingnya mengelola sumber daya manusia yang berkualitas, mencerminkan bahwa kinerja karyawan merupakan aspek yang tidak bisa dikesampingkan. Banyak hal – hal yang perlu di perhatikan oleh perusahaan agar kinerja karyawan bisa mencapai tujuan perusahaan dan meningkatkan hasil kerja perusahaan.

Kinerja menurut Mangkunegara (2016 :67) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kualitas yang dimaksud disini adalah dilihat dari kehalusan, keberhasilan, dan ketelitian dalam pekerjaan sedangkan kuantitas dilihat dari jumlah atau banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan karyawan. Berdasarkan paparan diatas kinerja adalah suatu hasil yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas – tugasnya yang didasarkan atas kecakapan. Karyawan memerlukan umpan balik atas hasil kerja mereka sebagai panduan bagi perilaku mereka dimasa yang akan datang.

Penilaian kinerja adalah suatu kegiatan yng dilakukan oleh manajemen penilai untuk menilai kinerja tenaga kerja dengan cara membandingkan kinerja atas kinerja dengan uraian/deskripsi pekerjaan dalam suatu periode tertentu. Kegiatan ini bermaksud untuk mengukur kinerja masing- masing tenaga kerja mengembangkan kualitas kerja, pembinaan selanjutnya, tindakan perbaikan atas pekerjaan yang k 2 sesuai dengan deskripsi pekerjaan,

kesuksesan kinerja suatu lembaga ditentukan oleh kualitas sumber daya manusianya. Suatu o

untuk keperluan yang berhubungan dengan masalah ketenagakerjaan lainnya.

Adapun aktivitas kinerja dalam pencapaian tujuan perusahaan adalah suatu hal yang sangat diutamakan oleh setiap perusahaan, dan faktor kinerja pegawai yang tinggi sangat diperlukan dalam setiap usaha kerjasama antar sesama pegawai untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika kinerja pegawai rendah, akan sulit unuk dapat mencapai hasil yang baik. Faktor kinerja pegawai sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Pelayanan yang dilakukan pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan ternyata masih ditemukan indikasi yang menunjukkan bahwa kinerja pegawai untuk bekerja kurang terlaksana dengan baik sehingga menimbulkan dampak terhadap hasil kinerja pegawai yang masih menunjukkan adanya indikasi yang kurang efektif baik masalah kualitas kerja dan waktu. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil dari penelitian yang langsung dilakukan di Kantor Camat Marga Tabanan mendapati ada keluhan masyarakat, seperti pada saat masyarakat mengurus Kartu Tanda Penduduk (KTP), mereka merasakan kesulitan dikarenakan Pegawai Kantor Camat Marga Tabanan sangat lambat dalam melaksanakan pekerjaannya.

Berdasarkan data realisasi pencapaian pelaksanaan pekerjaan, pada Kantor Camat Marga Tabanan memiliki beberapa jenis pelayanan dan beberapa bentuk pelayanan tidak dapat mencapai target yang ditetapkan seperti bentuk pelayanan surat izin mendirikan bangunan (IMB) dengan target 5.644 surat hanya bisa terealisasi 3.178 surat atau 56.30%

dari target. Pencapaian target terendah pada bentuk pelayanan surat keterangan tanah (SKT) dengan target 1. 341 surat hanya bisa terealisasi 1.018 surat atau 75,91%. Jika dilihat dari target total di tahun 2020 sebanyak 49.447 surat sedangkan terealisasi sebanyak 29.494 surat atau sebanyak 59,64%. Sebagian besar target pelayanan belum mampu memenuhi target yang sehingga perlu mendapatkan perhatian lebih dari perusahaan agar tetap mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat, dimana hal ini juga mengindikasikan masih rendahnya kinerja karyawan.

Hasil wawancara di Kantor Camat Marga Tabanan sering sekali terjadi kesalahpahaman tentang komunikasi yang belum efektif seperti kurangnya sosialisasi dan teguran antara atasan dengan bawahan terhadap evaluasi tentang kerja pegawai, pegawai tidak bekerja sesuai ketentuan jam kerja yang ada, jam masuk dan pulang kantor tidak tepat pada waktunya, keterlambatan dalam masuk jam kerja dan cepatnya pulang pada saat masih dalam jam kantor sehingga sering memperlambat pekerjaan dalam memberikan pelayanan. Maka akan sangat disayangkan karena peran seorang pemimpin dalam komunikasi organisasi untuk meningkatkan kinerja pegawainya yang keyataannya pemanfaatan tenaga kerja para pegawai selaku sumber daya manusia yang belum optimal.

Hasil wawancara Lingkungan Kerja pada Kantor Camat Marga Tabanan sangat berpengaruh terhadap kenyamanan pegawai untuk dapat lebih merasa nyaman bekerja namun dengan adanya proyek perbaikan gedung yang sedang berlangsung membuat suasana menjadi bising dan kurang nyaman dikarenakan suara mesin yang digunakan oleh tukang proyek pembangunan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti rendahnya tingkat kerjasama para pegawai yang ada di Kantor Camat Marga Tabanan, di mana tidak adanya kerjasama

dan juga komunikasi yang baik, kurang memiliki rasa saling percaya dan saling mendukung dalam pekerjaannya sebagai sesama pegawai, sehingga dapat menimbulkan sikap saling tidak peduli terhadap pegawai atau bidang lain, bahkan dapat menimbulkan sikap dimana saling menyalahkan antara pegawai sehingga dapat menimbulkan konflik individu sari masing – masing pegawai, akan menjadi sumber masalah yang dihadapi oleh Kantor Camat Marga Tabanan, yaitu ketidaknyamanan para pegawai yang bekerja dan juga menjadi penghambat kinerja sehingga belum mampu untuk mewujudkan visi – misinya yang ingin di capai oleh Kantor Camat Marga Tabanan.

## II. TINJAUAN PUSAKA

### 1. Kinerja

Siagian, (2014) kinerja dapat diartikan sebagai hasil pekerjaan yang dicapai selama tahun waktu tertentu. Menurut Mangkunegara (2016:75) menyebutkan indikator dari kinerja karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Kerja  
Seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan
- b. Kuantitas Kerja  
Seberapa lama seseorang pegawai bekerja dalam satu harinya. Kuantitas kerja ini dapat dilihat dari kecepatan kerja setiap pegawai itu masing-masing
- c. Pelaksanaan Tugas  
Seberapa jauh karyawan mampu melakukan pekerjaannya dengan akurat atau tidak ada kesalahan
- d. Tanggung Jawab  
Kesadaran akan kewajiban melakukan pekerjaan dengan akurat atau tidak ada kesalahan.

### 2. Komunikasi

Komunikasi menurut Julita and Arianty, (2018) adalah proses penyampaian atau penerimaan pesan

dari satu orang kepada orang lain, baik langsung maupun tidak langsung, secara tertulis, lisan maupun bahasa nonverbal". Menurut Mangkunegara (2016:43), adapun indikator-indikator komunikasi sebagai berikut:

- a. Kepercayaan dengan sesama pegawai  
Setiap pegawai seharusnya percaya dengan rekan kerja masing-masing untuk kemajuan perusahaan.
- b. Rekan kerja dapat bergaul dengan baik  
Sebagai pegawai sangat perlu berbaur dengan sesama maupun dengan atasan agar bekerja menjadi lebih nyaman.
- c. Hubungan dengan rekan memuaskan  
Yang dimaksud dengan hubungan dengan rekan kerja memuaskan adalah seluruh pegawai bersinergi untuk agar dapat hasil yang memuaskan dan sesuai dengan tujuan perusahaan.
- d. Organisasi mendorong adanya perbedaan pendapat  
Setiap pegawai pasti pernah merasa berbeda pendapat dalam berkomunikasi baik karena kurang paham atau tidak setuju dengan opini yang di kemukakan.
- e. Hubungan pegawai dengan pimpinan baik  
Berkomunikasi dengan pimpinan secara formal, sopan, dan *attitude* yang baik akan memperoleh hubungan yang baik antara kedua belah pihak.

4

### 3. Lingkungan Kerja

Menurut Siagian (2014:56) mengemukakan bahwa lingkungan adalah lingkungan dimana pegawai melakukan pekerjaannya sehari-hari. Menurut Sedarmayanti (2015) bahwa indikator lingkungan kerja yaitu:

- a. Penerangan Cahaya

Intensitas cahaya yang tepat dapat pegawai dalam memperlancar aktivitas kerja. Tingkat yang tepat dari intensitas cahaya sangat berpengaruh tergantung pada usia pegawai.

- b. Suhu Udara  
Suhu udara adalah keadaan udara yang berubah – ubah pada waktu dan tempat tertentu.
- c. Suara Bising  
kebisingan, yaitu bunyi yang tidak dikehendaki oleh telinga. Tidak dikehendaki, karena terutama dalam jangka panjang bunyi tersebut dapat mengganggu ketenangan bekerja, merusak pendengaran, dan menimbulkan kesalahan komunikasi.
- d. Keamanan  
Guna menjaga tempat dan kondisi lingkungan kerja tetap dalam keadaan aman maka perlu diperhatikan adanya keamanan dalam bekerja. Oleh karena itu faktor keamanan perlu diwujudkan keberadaannya. Salah satu upaya untuk menjaga keamanan ditempat kerja, dapat memanfaatkan tenaga Satuan Petugas Pengaman (SATPAM).
- e. Hubungan antar Pegawai  
Hubungan antar Pegawai yang dimaksud adalah interaksi anatara pegawai yang satu dengan pegawai lainnya

### 2.5 Kerjasama Tim

Menurut Dewi (2017) kerja tim adalah bentuk kerja dalam kelompok yang harus diorganisasi dan dikelola dengan baik. Tim beranggotakan orang – orang yang memiliki keahlian yang berbeda – beda dan dikoordinasikan untuk bekerja sama dengan pimpinan. Indikator dari kerjasama tim menurut Dewi (2017) adalah sebagai berikut :

- a) Kerjasama  
Kerjasama dilakukan oleh sebuah tim agar lebih efektif dibandingkan kerja secara individual
- b) Kepercayaan.  
Keyakinan seseorang dengan apa yang dikatakan dan dilakukannya.
- c) Kekompakan.  
Adalah bekerja sama secara teratur dan rapi, bersatu padu dalam menghadapi suatu pekerjaan yang biasanya ditandai dengan adanya saling ketergantungan satu sama lain.
- d) Kejujuran.  
Dengan adanya kejujuran didalam tim maka akan terciptanya rasa saling percaya antar anggota tim.
- e) Pemberian Tugas.  
Memberikan kepercayaan bahwa anggota tim mampu melaksanakan tugas – tugas yang diberikan dengan baik.

### III. METODE PENELITIAN

#### 1. Lokasi Penelitian Dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Kantor Camat Marga Tabanan yang berlokasi di Jalan Wisnu M. 5 Kabupaten Tabanan. Objek penelitian ini adalah Komunikasi, Lingkungan Kerja, Kerjasama Tim Dan Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Marga Tabanan. Yang memiliki total pegawai sebanyak 36 orang.

#### 2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah seluruh karyawan pada Kantor Camat Marga adalah sebanyak 36 orang karyawan. Mengingat jumlah populasi dalam penelitian ini adalah hanya 36 orang maka dengan sendirinya semua anggota populasi digunakan sebagai

responden populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus atau sampel jenuh, yaitu jumlah sampel merupakan semua populasi.

### 3. Teknik Analisis Data

- a. Analisis Regresi Linier Berganda  
Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dalam model ini variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel. bentuk persamaan yang digunakan (Sugiyono, 2016:259) adalah :

$$Y = a + b_1 K_m + b_2 L_K + b_3 K_T$$

Keterangan :

Y : Variabel Terikat, yaitu kinerja karyawan

a: Konstanta

$b_1$  ,  $b_2$  ,  $b_3$  : Angka arah atau koefisien regresi

$K_m$ : Variabel bebas, yaitu komunikasi

$L_K$ : Variabel bebas, yaitu lingkungan kerja

$K_T$ : Variabel bebas, yaitu kerjasama tim

- b. Analisis Korelasi Berganda

Korelasi ganda (*multiple correlations*) adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas (*independent*) secara bersama-sama dengan satu variabel terikat (*dependent*). Angka yang menunjukkan arah dan besar kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat disebut koefisien korelasi ganda, dan biasanya disimbolkan dengan "r" (Sugiyono, 2017: 277).

- c. Analisis Determinasi Berganda

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh  $X_1$  (Komunikasi),  $X_2$  (Lingkungan Kerja) dan  $X_3$  (Kerjasama Tim)

terhadap Y (kinerja pegawai). Nilai R Square atau Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada hasil pengolahan data bagian model summary. Adapun rumusnya sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100 \%$$

**d. Uji F**

Pengujian secara simultan menggunakan uji F (pengujian signifikan secara simultan) untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Taraf signifikan yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari nilai signifikan yang ditetapkan, maka dapat dikatakan variabel independen secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun uji statistiknya adalah sebagai berikut :

- (1) Jika signifikansi  $F < \alpha$  (0,05) secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi, lingkungan kerja, dan kerjasama tim terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan
- (2) Jika signifikansi  $\text{sig } F \geq \alpha$  (0,05) secara simultan tidak berpengaruh yang signifikan antara komunikasi, lingkungan kerja dan kerjasama tim terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan

**e. Uji t**

Uji-t digunakan untuk menguji pengaruh yang signifikan secara parsial. Setelah menguji apakah variabel bebas memiliki pengaruh atau tidak

terhadap variabel terikat, maka selanjutnya dapat dijelaskan variabel mana diantara variabel bebas tersebut yang dominan berpengaruh terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2017:268). Adapun uji statistik:T-test, yaitu :

- (1) Jika signifikansi  $t < \alpha$  (0,05) secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi, lingkungan kerja dan kerjasama tim terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan.
- (2) Jika signifikansi  $t \geq \alpha$  (0,05) secara parsial tidak berpengaruh yang signifikan antara komunikasi, lingkungan kerja dan kerjasama tim terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan.

**V. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 5.1**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	B	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	.900		1.034	.309
Komunikasi	.270	.240	2.335	.026
Lingkungan Kerja	.412	.461	4.002	.000
Kerjasama Tim	.271	.303	2.629	.013
R	.967			
Adjusted R Square	.929			
F	153.045			
Sig. F	.000			

Sumber: Pengolahan Data Penelitian, 2021

**1. Analisis Korelasi Berganda**

Berdasarkan nilai-nilai pada Tabel 5.1, diperoleh persamaan regresi linier berganda menjadi:

$$Y = a + b_1 Km + b_2 LK + b_3 KT$$

$$Y = 0,900 + 0,270 Km + 0,412 LK + 0,271 KT$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, diperoleh

persamaan garis regresi yang memberikan informasi bahwa:

$a = 0,900$ , artinya apabila tidak ada perhatian terhadap komunikasi, lingkungan kerja, dan kerjasama tim, atau nilainya konstan, maka besarnya kinerja pegawai adalah tetap.

$b_1 = 0,270$ , artinya apabila lingkungan kerja dan kerjasama tim dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya komunikasi akan diikuti oleh meningkatnya kinerja pegawai.

$b_2 = 0,412$ , artinya apabila komunikasi dan kerjasama tim dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya lingkungan kerja akan diikuti oleh meningkatnya kinerja pegawai.

$b_3 = 0,271$ , artinya apabila komunikasi dan lingkungan kerja dianggap konstan atau nilainya tetap, maka meningkatnya kerjasama tim akan diikuti oleh meningkatnya kinerja pegawai.

Dari persamaan di atas maka dapat di jelaskan arah hubungan variabel komunikasi, lingkungan kerja, dan kerjasama tim terhadap variabel terikat kinerja pegawai adalah positif. Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah, dimana apabila komunikasi, lingkungan kerja, dan kerjasama tim ditingkatkan, maka akan diikuti oleh meningkatnya kinerja pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan, begitu sebaliknya

## 2. Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 5.1 didapat hasil koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,967. Berdasarkan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2012) bahwa koefisien korelasi berganda sebesar 0,967 berada antara 0,800 –

1,000 yang berarti korelasi adalah sangat kuat.

## 3. Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 5.1 diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,929. Ini berarti besarnya kontribusi antara komunikasi, lingkungan kerja, dan kerjasama tim terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 92,9% sedangkan sisanya 7,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 4. Uji F

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 5.1, hasil penghitungan dengan SPSS diperoleh nilai F hitung 153,045 dan signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa komunikasi, lingkungan kerja, dan kerjasama tim secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut juga berarti semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen.

## 5. Uji t

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5.1 di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

### a. Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk variabel komunikasi adalah 2,335 dan signifikansi sebesar  $0,026 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis yang menyatakan Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja



- Pegawai Kantor Camat Marga Tabanan dapat diterima.
- b. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai  
Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk variabel lingkungan kerja adalah 4,002 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis  $H_0$  menyatakan Lingkungan 8 berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Pegawai Kantor Camat Marga Tabanan dapat diterima.
- c. Pengaruh Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Pegawai  
Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk variabel kerjasama tim adalah 2,629 dan signifikansi sebesar  $0,013 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa kerjasama tim berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis yang menyatakan Kerjasama Tim berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai Kantor Camat Marga Tabanan dapat diterima.

## VI. PENUTUP

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan serta pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, ini berarti bahwa semakin baik komunikasi maka kinerja pegawai pada Kantor

- Camat Marga Tabanan juga akan meningkat.
- 2) Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, ini berarti semakin baik lingkungan kerja maka kinerja pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan juga akan meningkat.
  - 3) Kerjasama tim berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, ini berarti semakin baik kerjasama tim maka kinerja pegawai pada Kantor Camat Marga Tabanan juga akan meningkat

## DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Pengaruh Kompenasi, Kerjasama Tim Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Keryawan Pada Ajb Bumi Putera 1912 Cabang Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA Vol.5 NO 2* September 2017, Hal. 3018-3027.
- Adriansyah. 2016. *Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Mediasi Oleh Kepuasan Kerja*. Studi Pada Bagian Produksi Pabrik Kertas PT. Setia Kawan Makmur Sejahtera Tulungagung.
- Bayu Dwilaksomono Hanafi. 2017. Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel mediasi pada PT. BNI *Lifeinsurance*.
- Dessler, 2015 . *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Selemba Empat
- Dewi septianto, and lataruva, Eisha. 2011. *Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Studi Pada PT Pataya Raya Semarang*. Undergraduate thesis, Universitas Diponegoro.

- Daniel, Surjosusenoprogram, Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petrajl. Siwalankerto 121-131, Surabaya Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bagian Produksi Ud Pabrik Ada Plastic AGORA Vol. 3, No. 2, (2015)
- Effendy, 2013. *Ilmu Teori dan fi 9 komunikasi*. PT. Citra A Bakti. Bandung.
- 2015. *Ilmu Teori dan Praktek Komunikasi* Bandung: Remaja Rosdakarya
- Gaspers, 2012 *Ensiklopedia Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Goris, 2017 *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, 2013 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IMD SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 2016 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit
- Hasibuan, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Ketujuh belas, PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Hanafi, Mamduh dan Halim, Abdul, 2012. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Ketiga. Cetakan Pertama. Penerbit UUP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta
- Hendra Natanael Manulung, 2017. *Pengaruh Kerjasama Tim dan Organizational Learning Terhadap Kinerja Pegawai* Badan Diklat Provinsi Kalimantan
- Heny Sidanti 2015. Pengaruh Lingkungan Krja, Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Di Sekretariat DPRD Kabupaten Madiun.
- Julita, Julita and Arianty, 2018 *Pengaruh Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Belmera Medan*. In: Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan 2018
- Kasmir, 2010. Pengantar Manajemen Keuangan, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.
- Kusani, 2018. Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PD. Bank Perkreditan rakyat Kabupaten Gresik. *Jurnal BETA*, Vol.6 NO 2, Maret 2008. Hal: 214 – 232.
- Kiswanto, 2015 Pengaruh Kepemimpinan dan Kmunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Kaltim Pos Samarinda, *Jurnal Eksis Vol. 6 No.1*, Maret 2010: 1267 – 1439.
- Mangkunegara. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Mahdani. 2014. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Kerja Tim dan Kompensasi Terhadap Kinerja Kwan. PLN (Persero) Wilayah Aceh, *Jurnal Volume 1, No 1*, September 2014
- Moetherino, 2012, *Perencanaan Alikasi, dan Pengembangan Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis dan Publik*.

- Jakarta : PT. Raja Grafarindo Persada
- Marpaung. 2014. *Penaruh Kepemimpinan dan Teamwork Terhadap Kinerja Karyawan Di Koperasi Sekjek Kemdikbud Senayan Jakarta*.
- Nitisemito, 2014. *Manajemen Personalia*, Ghalia Indonesia, Jakarta 10
- Nurdiansyah 2016. Pengaruh Lingk Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan AJB Bumiputera. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 2 No 3*.
- NP Rahmawanti. 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis, Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara)* vol.8 no.2
- Oktariansyah. 2012. Pengaruh Stress Kerja dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai, Jurnal Ilmu Manajemen is published by Pascasarjana Management Department.
- Rahmawati. 2014. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara.
- Robbin & Judge. 2015. *Perilaku Organisasi Edisi 16*. Jakarta. Selemba Empat.
- Robbins. 2015. *Perilaku Organisasi*, Penerbit Selemba Empat. Jakarta
- Sedarmayanti. 2011 *Manajemen Sumber Dya Manusia. Reformasi Birokrasi dan Manjemen Pegawai Negeri Sipil;*, Cetakan Kelima, PT Refika Aditama, Bandung
- Septiani, 2013, *Pengaruh Kerjasama Tim Dan Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Angkasa Pura*
- II (Persero) Kantor Cabang Bandar Udara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru.
- Siagian. 2014. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 4 No 5.
- Stephen dan Temothy 2012. *Lingkungan Organisasi*. Selemba Empat. Jakarta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudarto dkk. 2016. *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tener dan Detero. 2019 Pengaruh Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan *Studi Pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utari . Vol.8, No.2*.
- Tracy. 2016. *Pemimpin sukses, cetakan Keenam, Penerjemah: Suharsono dan Ana Budi Kuswandani*, Penerbit Pusaka Delapatrasa, Jakarta
- Untari, 2014. Pengaruh Kompetensi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No 10* 2014

West. 2012. *Teamwork (Cara Menyenangkan Membangun Tim Impian)*, Bandung: Penerbit Progressio

**PENGARUH LIKUIDITAS, *INTELLECTUAL CAPITAL*, DAN *CAPITAL ADEQUACY RATIO* (CAR) TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) 2016 – 2019**

**Ni Luh Putu Novia Kristina Dewi<sup>1</sup>, I Wayan Sukadana<sup>2</sup>, Gregorius Paulus Tahu<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
e-mail : noviakristinadewi11@gmail.com

**Abstrak**

Perusahaan perlu memenuhi kebutuhan modal dan aset tetapnya sehingga segala kegiatan perusahaan dapat berjalan lancar. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2016 – 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2019, yang berjumlah 43 perusahaan. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, maka sampel berjumlah 25. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas, *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap profitabilitas, *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh positif terhadap profitabilitas berbeda dengan Pengaruh Likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang berpengaruh secara simultan terhadap profitabilitas.

**Keywords:** Likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR)

**Abstract**

*Companies need to meet their capital needs and fixed assets so that all company activities can run smoothly. The purpose of this study was conducted to determine the Effect of Liquidity, Intellectual Capital, and Capital Adequacy Ratio (CAR) on Profitability in Banking Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2016 – 2019. The population in this study were banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2016-2019, which amounted to 43 companies. The sampling method was carried out by purposive sampling method, the sample amounted to 25. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study are Liquidity has a positive effect on profitability, Intellectual Capital has a positive effect on profitability, Capital Adequacy Ratio (CAR) has a positive effect on profitability in contrast to the influence of Liquidity, Intellectual Capital, and Capital Adequacy Ratio (CAR) which simultaneously affect profitability.*

**Keywords:** *Likuiditas, Intellectual Capital, dan Capital Adequacy Ratio (CAR)*

## PENDAHULUAN

Bank sebagai lembaga kepercayaan masyarakat perlu diawasi agar dapat menjaga kesehatannya dan tetap memelihara kepercayaan masyarakat, sebab bank bekerja dengan dana dari masyarakat (Pinasti dan Mustikawati, 2018). Bank juga dapat dikatakan sebagai lembaga kepercayaan masyarakat dan bagian dari sistem moneter yang mempunyai kedudukan strategis sebagai penunjang pembangunan ekonomi sebuah negara. Bank juga dituntut untuk dapat menghasilkan laba (*profitabilitas*) yang terus meningkat melalui penjualan jasanya. Dengan kata lain perbankan menuntut adanya kinerja yang baik agar perbankan mampu bersaing demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Kriteria yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan perbankan dalam menghasilkan laba dalam penelitian ini adalah profitabilitas (*profitability*). Profitabilitas atau diproksi dengan presentase *return on assets* (ROA) merupakan kemampuan suatu bank dalam memperoleh laba. *Return on asset* (ROA) adalah perbandingan antara laba setelah pajak dengan *total asset* dalam satu periode. *Return on asset* (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam memperoleh keuntungan (laba sebelum pajak) yang dihasilkan dari rata-rata total aset bank yang bersangkutan. Semakin besar *return on asset* (ROA), semakin besar pula keuntungan yang dicapai perbankan sehingga kemungkinan suatu bank dalam kondisi bermasalah semakin kecil (Machfud dan Rahayu, 2020).

Perkembangan rasio keuangan perusahaan perbankan di Indonesia selama periode 2016 – 2019 tidak mengalami perubahan yang signifikan. Pada akhir 2019 tercatat Rasio Permodalan 19,49 dan IC 2,7 mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2017 yaitu CAR 18,53% dan IC 2,26% serta tahun 2018 yaitu CAR 18,51% dan IC 1,9%. Sedangkan ROA dan LDR mengalami justru penurunan pada

2019. Dimana ROA yang pada tahun 2017 dan 2018 telah meningkat menjadi 2,75% dan 2,78% dibandingkan tahun sebelumnya harus mengalami penurunan kembali menjadi 2,64% pada 2019. Begitupula dengan LDR yang mencatatkan penurunan yaitu dari 88,76% pada tahun 2018 menjadi 87,77% pada tahun 2019. Ada banyak faktor yang mungkin dapat mempengaruhi pertumbuhan profitabilitas pada perusahaan perbankan. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah Likuiditas, *Intellectual Capital* dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

Menurut Uremadu *et al.*, (2012) dalam Kurniawan (2019) Secara teknis likuiditas dapat diartikan kemampuan terus menerus perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Likuiditas dalam penelitian ini diproksikan dengan menggunakan *Loan to debt ratio* (LDR). Dimana rasio ini menunjukkan perbandingan antara volume kredit dan volume deposit yang dimiliki oleh bank (Muljono, 1999 dalam Kurniawan 2019). Penelitian Aini dan Kristianti (2019) menyatakan bahwa *loan to deposite ratio* (LDR) tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA). Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Mukaromah dan Supriono (2020) serta Kurniawan (2020) yang menyatakan LDR berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. *Loan to deposite ratio* (LDR) yang tinggi menunjukkan besarnya profitabilitas yang dimiliki bank. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja bank dalam menyalurkan kredit kepada pihak ketiga cukup efisien. Semakin banyak kredit yang disalurkan, maka pendapatan yang diterima oleh bank akan meningkat seiring meningkatnya profitabilitas.

Di Indonesia, setelah munculnya PSAK No. 19 (revisi 2000) tentang aktiva tidak berwujud fenomena *intellectual capital* (IC) mulai berkembang. Meskipun tidak dinyatakan secara eksplisit sebagai *intellectual capital* (IC), namun lebih

kurang *intellectual capital* (IC) telah mendapat perhatian. Perusahaan yang mampu mengelola *intellectual capital* dengan baik makaperusahaan tersebut akan memiliki keunggulan kompetitif serta diyakini mampumenciptakan nilai tambah yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Menurut Wany (2010) dalam Kartika dan Hatane (2016) menerangkan bahwa Investasi yang dikeluarkan oleh perusahaan berupa *intellectual capital* mempunyai hubungandengan profit dan pencapaian perusahaan, karena itu *intellectual capital* merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan. Aini dan Kristianti (2019) dalam penelitiannya membuktikan adanya adanya pengaruh positif antara IC dan ROA. Begitupula dengan hasil penelitian Oktaviani (2019) yang menyatakan IC berpengaruh positif terhadap Profitabilitas (ROA). Ketika modal intelektual perusahaan semakin tinggi melalui pemanfaatan tenaga kerja secara maksimal dan optimal, misalnya seorang karyawan mempunyai keahlian dan kemampuan dalam menyelesaikan tugas lebih cepat dari pada yang lain sehingga meningkatkan kompetensi perusahaan. Berbeda dengan penelitian terbaru, penelitian sebelumnya dari Kartika dan Hatane (2016) mengemukakan bahwa IC tidak berpengaruh terhadap ROA.

Faktor lain yang mempengaruhi profitabilitas adalah *Capital Adequacy Ratio* (CAR) atau rasio kecukupan modal. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) merupakan kemampuan bank dalam permodalan yang ada untuk menutup kemungkinan kerugian dalam perkreditan atau perdagangan surat-surat berharga. Semakin tinggi *Capital Adequacy Ratio* (CAR) maka semakin baik kemampuan bank tersebut untuk menanggung risiko dari setiap kredit atau aktiva produktif yang berisiko. Majidi (2017) menyatakan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan perbankan. CAR merefleksikan modal milik perusahaan,

semakin tinggi CAR berarti semakin besar modal sendiri yang digunakan untuk mendanai aktiva, semakin kecil biaya dana yang dikeluarkan oleh bank. Kecilnya biaya dana akan meningkatkan profit bank. Penelitian sebelumnya oleh Pratiwi dan Wiagustini (2015) menyatakan CAR berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Hal ini bisa saja terjadi karena peraturan Bank Indonesia yang mengharuskan CAR minimal sebesar 8% mengakibatkan bank-bank berusaha menjaga CAR yang dimilikinya sesuai dengan peraturan.

Keragaman argumentasi hasil penelitian dari beberapa peneliti terdahulu yang ada mengenai pengaruh faktor-faktor yang diteliti bagaimana pengaruhnya terhadap terhadap profitabilitas (ROA), dan juga melihat besarnya pengaruh perbankan terhadap stabilitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, ROA merupakan fenomena yang menarik untuk diteliti yang di aplikasikan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LIKUIDITAS, INTELLECTUAL CAPITAL, DAN CAPITAL ADEQUACY RATIO (CAR) TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2016-2019”**.

#### **TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS** *Signaling Theory*

Teori Signal menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal. Pihak eksternal kemudian menilai perusahaan sebagai fungsi dari mekanisme signalling yang berbeda-beda. Laba akuntansi juga merupakan salah satu

signal dari seperangkat informasi yang tersedia di pasar modal. Menurut Suwardjono (2010), informasi dalam (*inside information*) berupa kebijakan manajemen, rencana manajemen, pengembangan produk, strategi bisnis dan sebagainya yang tidak tersedia secara publik, akhirnya akan terefleksi dalam angka laba yang dipublikasikan melalui laporan keuangan. Oleh karenanya, laba merupakan sarana bagi perusahaan untuk mengirimkan sinyal kepada public.

### **Stakeholder Theory**

Teori *Stakeholders* memiliki peranan dan kekuasaan yang sangat penting untuk menjadi pertimbangan dalam mengungkapkan laporan keuangan bagi perusahaan. Perusahaan memandang bahwa *stakeholders* terdiri dari pemegang saham, kreditor, pemerintah, karyawan, pelanggan, pemasok, dan publik. Teori *stakeholder* dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *Intellectual Capital* dengan *profitabilitas* dengan cara menilai dari bidang etika (moral) maupun bidang manajerial. Deegan (2014) dalam Oktaviyani (2019) Bidang etika berargumen bahwa seluruh stakeholder memiliki hak untuk diperlakukan secara adil oleh organisasi dan manajer harus mengelola organisasi untuk keuntungan seluruh stakeholder. Jika manager dapat mengelola organisasi secara maksimal, khususnya upaya dalam menciptakan nilai perusahaan yang berarti manager telah mampu memenuhi aspek etika (moral) dari teori stakeholder.

### **Profitabilitas**

Menurut Sawir (2001) dalam Oktaviyani (2019) profitabilitas adalah hasil akhir dari berbagai kebijakan dan keputusan manajemen. Rasio profitabilitas akan memberikan jawaban akhir tentang efektivitas manajer perusahaan dan memberikan gambaran tentang efektivitas pengelolaan perusahaan. Brigham dan Houston (2011) dalam Majidi (2017)

mendefinisikan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Profitabilitas merupakan aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan. Pengukuran profitabilitas dapat dilakukan dengan *Return on Asset* (ROA). *Return on Asset* (ROA) adalah rasio yang menjelaskan kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang diinvestasikan kedalam aktiva untuk menghasilkan laba bersih.

### **Likuiditas**

Perhitungan yang digunakan untuk mengukur risiko likuiditas adalah rasio likuiditas, yaitu rasio perbandingan aset likuid dengan total asset. Rasio yang tinggi mengindikasikan bank sangat likuid, dan kondisi ini dari sudut pandang investor berarti bank dapat diandalkan. Menurut Kasmir (2008:286) dalam Pratiwi dan Wiagustini (2016) likuiditas bank merupakan kemampuan bank untuk memenuhi kemungkinan ditariknya deposito atau simpanan oleh deposan atau penitip dana ataupun memenuhi kebutuhan masyarakat berupa kredit. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yaitu menunjukkan kemampuan suatu bank didalam menyediakan dana kepada debiturnya dengan modal yang dimiliki oleh bank maupun dana yang dapat dikumpulkan oleh masyarakat (Kusuno, 2003 dalam Pratiwi dan Wiagustini, 2016).

### **Intellectual Capital**

Brooking (2015) dalam Oktaviyani (2019) mendefinisikan *intellectual capital* sebagai kombinasi dari asset tidak berwujud meliputi pasar, *intellectual property*, sumber daya manusia, dan



infrastruktur yang menjalankan fungsinya dalam perusahaan. Sementara itu Stewart (2012) dalam Kartika dan Hatane (2016) dalam mendefinisikan *intellectual capital* sebagai segala pengetahuan yang bersifat intelektual, semua informasi, dan pengalaman yang digunakan perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan. Menurut Suhendah (2012), *intellectual capital* adalah suatu pengetahuan yang didukung proses informasi untuk menjalin hubungan dengan pihak luar.

### **Capital Adequacy Ratio (CAR)**

Dendawijaya (2001) dalam Pratiwi dan Wiagustini (2016, CAR adalah rasio yang memperlihatkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung risiko (kredit, penyertaan surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari dana modal sendiri bank disamping memperoleh dana-dana dari sumber-sumber diluar bank, seperti dana masyarakat, pinjaman (utang), dan lain-lain. CAR menunjukkan sejauh mana penurunan asset bank yang masih dapat ditutup oleh equity bank yang tersedia, semakin tinggi CAR maka semakin baik kondisi bank (Tarmidzi, 2003). Dengan kata lain, CAR adalah rasio kinerja bank untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung atau menghasilkan risiko, misalnya kredit yang diberikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar CAR, maka ROA juga akan semakin besar, dalam hal ini kinerja keuangan bank menjadi semakin meningkat atau membaik.

### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas**

Semakin tinggi nilai Likuiditas pada suatu bank maka bank tersebut dapat dikatakan mampu dan efektif mengelola dana yang telah dipercayakan oleh nasabah. Dengan demikian bank akan mendapatkan pendapatan bunga, sehingga menghasilkan laba yang besar dan dapat

meningkatkan Profitabilitas. Pada penelitian Kurniawan (2019) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, yang artinya bank dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Nazilatul dan Supriono (2020) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Berdasarkan penelitian terdahulu serta teori yang ada, maka peneliti membuat hipotesis:

**H1 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas**

### **Pengaruh Intellectual Capital terhadap Profitabilitas**

*Intellectual capital* diakui sebagai aset perusahaan karena mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang superior. Dalam teori *stakeholder* menyatakan bahwa *value added* merupakan sebuah ukuran yang lebih akurat dalam mengukur kinerja sebuah perusahaan. Semakin baik perusahaan dalam mengelola ketiga komponen *intellectual capital*, menunjukkan semakin baik perusahaan dalam mengelola asset. Pengelolaan aset yang baik dapat meningkatkan laba atas sejumlah aset yang dimiliki perusahaan yang diukur dengan *return on assets*. Hal ini berarti bahwa pengelolaan *intellectual capital* yang baik perusahaan dapat menciptakan *value added* yang berguna dalam peningkatan ROA perusahaan. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Aini dan Kritianti (2019) dan Oktaviyani (2019) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

**H2 : Intellectual capital berpengaruh positif terhadap profitabilitas.**

### **Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) Terhadap Profitabilitas**

*Capital Adequacy Ratio* (CAR) merupakan rasio permodalan yang

menunjukkan kemampuan bank dalam menyediakan dana untuk keperluan pengembangan usaha dan menampung risiko kerugian dana yang diakibatkan oleh kegiatan operasi bank, semakin tinggi nilai CAR maka semakin baik kondisi bank tersebut (Mukaromah dan Supriono, 2020). Majidi (2017) menyatakan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan perbankan. CAR merefleksikan modal milik perusahaan, semakin tinggi CAR berarti semakin besar modal sendiri yang digunakan untuk mendanai aktiva, semakin kecil biaya dana yang dikeluarkan oleh bank. Kecilnya biaya dana akan meningkatkan profit bank:

**H3 : *Capital adequacy ratio* berpengaruh positif terhadap profitabilitas.**

### **Likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* berpegaruh secara simultan terhadap Profitabilitas**

Semakin tinggi nilai Likuiditas pada suatu bank maka bank tersebut dapat dikatakan mampu dan efektif mengelola dana yang telah dipercayakan oleh nasabah. Dengan demikian bank akan mendapatkan pendapatan bunga, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas. Selain itu, pengelolaan *intellectual capital* yang baik perusahaan dapat menciptakan *value added* yang berguna dalam peningkatan ROA perusahaan.

*Intellectual capital* diakui sebagai aset perusahaan karena mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang superior. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang besar juga mampu menunjukkan tingginya kemampuan permodalan bank dalam menjaga kemungkinan timbulnya risiko kerugian kegiatan usahanya, sehingga kinerja bank juga akan meningkat. Selain itu semakin tinggi permodalan bank maka bank dapat melakukan

ekspansi usahanya dengan lebih aman. Hipotesis ini di dukung oleh hasil penelitain dari Kartika dan Hatane (2016) serta Machfud dan Rahayu (2020).

**H4 : Likuiditas, *Intellectual Capital* dan *Capital Adequacy Ratio* berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas**

### **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian atau tempat yang memperoleh data dan berbagai informasi pendukung ini dilakukan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diperoleh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) beserta website resmi masing-masing perusahaan perbankan. Obyek dalam penelitian ini adalah pengaruh Likuiditas, *Intellectual Capital* dan *Capital Adequacy Ratio* Terhadap Profitabilitas. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah semua perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI dengan periode 2016 – 2019 yaitu sebanyak 43 perusahaan. Sampel dalam penelitain ini sebanyak 25 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:122).

### **Profitabilitas**

*Return On Asset* memberikan kelebihanannya dalam memperoleh laba dari setiap penjualan yang dibuat persero. Rumus *Return On Asset* (ROA) untuk mengukur profitabilitas menurut Kasmir (2014:115) dalam Kurniawan (2014) adalah:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak} \times 100\%}{\text{Total Aset}}$$

### **Likuiditas**

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi utang-utang

yang segera harus dibayar (*current liabilities*) dengan menggunakan harta lancarnya. Likuiditas diukur dengan *Loan To Deposit Ratio*, dimana menurut Sartono (2014:114) dalam Kurniawan (2019) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{LDR} = \frac{\text{Kredit Yang Diberikan}}{\text{Dana Yang Diterima}} \times 100\%$$

### **Intellectual Capital**

Menurut Stewart, *Intellectual Capital* (modal intelektual) adalah materi intelektual pengetahuan, informasi, hak pemilikan intelektual, pengalaman yang dapat digunakan untuk menciptakan kekayaan (Ulum, 2013: 186). Dalam penelitian ini menggunakan *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC). *Value added* adalah indikator yang paling objektif untuk menilai keberhasilan bisnis dan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai (*value creation*). Berdasarkan Pulic (1998) dalam Anisa (2013: 15) VAIC dihitung sebagai berikut:

$$\text{VAIC} = \text{VACA} + \text{VAHU} + \text{STVA}$$

Dimana:

1. Menentukan nilai *value added* (VA) yang dapat dihitung dengan mencari selisih antara output dan input.

$$\text{VA} = \text{OUT} -$$

$$\text{IN} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

OUT = Output: Jumlah seluruh pendapatan usaha yang dimiliki perusahaan.

IN = Input: Seluruh beban usaha perusahaan kecuali beban karyawan.

2. Menentukan nilai *Value Added Capital Employed* (VACA) yang merupakan indikator VA yang dihasilkan oleh *physical capital*.

$$\text{VACA} = \frac{\text{VA}}{\text{CE}} \dots \dots \dots$$

$$\dots \dots (2)$$

Keterangan :

VACA = *Value Added Capital*

*Employed*: rasio dari VA terhadap CE

VA = *Value Added*

CE = *Capital Employed*: Dana yang tersedia (ekuitas, laba bersih)

3. Menghitung *Value Added Human Capital* (VAHU) yang merupakan indikator VA yang dihasilkan oleh human capital.

$$\text{VAHU} = \frac{\text{VA}}{\text{HC}}$$

$$\dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

VAHU = *Value Added Human*

*Capital*: merupakan rasio VA terhadap HC

VA = *Value Added*

HC = *Human Capital* : beban gaji karyawan

4. Menghitung nilai *Structural Capital Value Added* (STVA) yang merupakan indikator VA yang dihasilkan oleh structural capital perusahaan.

$$\text{STVA} =$$

$$\frac{\text{VA}}{\text{SC}} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

STVA = *Structural Capital Value*

*Added* : rasio SC terhadap VA

SC = *Structural Capital*: VA-HC

VA = *Value Added*

### **Capital Adequacy Ratio**

*Capital Adequacy Ratio* (CAR) adalah kecukupan modal yang menunjukkan kemampuan bank dalam mempertahankan modal yang mencukupi dan kemampuan manajemen bank dalam mengidentifikasi, mengukur, mengawasi, dan mengontrol risikorisiko yang timbul yang dapat berpengaruh terhadap besarnya modal (Nazilatul dkk, 2020). Perhitungan CAR didasarkan pada prinsip bahwa setiap penanaman yang mengandung risiko harus disediakan jumlah modal sebesar persentase tertentu terhadap jumlah penanamannya. Perhitungan rasio CAR menurut Kasmir (2012:325) dalam Nazilatul dkk (2020) adalah sebagai berikut:

$$\text{CAR} = \frac{\text{Modal}}{\text{R}} \times 100\% \quad \text{ATM}$$

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis regresi linier berganda, dengan persamaan:  

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

Y =  $X_2$  = *Intellectual Capital*  
 Profitabilitas  
 $\alpha$  =  $X_3$  = *Capital Adequacy Ratio*  
 Konstanta  
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  =  $\epsilon$  = Error  
 Koefisien regresi  
 $X_1$  =  $X_2$  = *Intellectual Capital*  
 Likuiditas

nilai *tolerance* dari likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* masing-masing > 0,10 dan nilai VIF  $\leq$  10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa variabel likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,163; 0,220; 0,172 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan Uji *Durbin-Watson* (*DW-test*) diperoleh nilai sebesar 2,218 dengan jumlah variabel bebas 3 dan N=100, maka nilai  $dU=1,7364$  dan  $dL=1,6131$ , sehingga  $1,7364 < 2,218 < 2,2636$  Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa data tidak ada autokorelasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Uji Asumsi Klasik**

Hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp Sig* 0,089 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan data residual dalam penelitian terdistribusi dengan normal. Hasil uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa

**Uji Kelayakan Model**  
**Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,960	0,922	0,920	0,30121	2,218

Sumber: Lampiran 5

Nilai  $R^2$  sebesar 0,920. Dengan demikian besarnya pengaruh likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas adalah sebesar

92,0% sedang sisanya sebesar 8,0% (100% - 92,0%) dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

**Uji F**

**Tabel 2**  
**Hasil Uji F**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	103.219	3	34.406	379.228	.000 <sup>b</sup>
Residual	8.710	96	.091		
Total	111.929	99			

Sumber: Lampiran 5

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F Hitung sebesar 379,228 dengan nilai

signifikansi 0,000 < 0,05, ini berarti ada pengaruh secara simultan dari variabel

pengaruh likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas

### Uji t

**Tabel 3**  
**Hasil Uji t**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,689	0,163		-10,347	0,000
LDR	0,001	0,002	0,017	0,579	0,564
VAIC	0,084	0,019	0,185	4,521	0,000
CAR	0,170	0,006	1,085	26,580	0,000

Sumber: Lampiran 5

Hasil pengujian t-test pengaruh pengaruh likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa:

- 1) Pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas menunjukkan nilai thitung sebesar 0,579 serta nilai signifikan sebesar  $0,564 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak.
- 2) Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap profitabilitas menunjukkan nilai thitung sebesar 4,521 serta nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa *Intellectual*

*Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima.

- 3) Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas menunjukkan nilai thitung sebesar 26,580 serta nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa *Capital Adequacy Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4**  
**Hasil Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,689	0,163		-10,347	0,000
LDR	0,001	0,002	0,017	0,579	0,564
VAIC	0,084	0,019	0,185	4,521	0,000
CAR	0,170	0,006	1,085	26,580	0,000
R				0,960	
R Square				0,922	
Adjusted R Square				0,920	

F	379,228
Sig.	0,000

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan nilai-nilai tersebut di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = -1,689 + 0,001 X_1 + 0,084 X_2 + 0,170 X_3 + e$$

Berdasarkan nilai persamaan garis regresi linier berganda antara likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas menunjukkan bahwa:

- 1)  $\alpha = -1,689$ ; artinya jika likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* bernilai nol, maka nilai profitabilitas sebesar -1,689.
- 2)  $\beta_1 = 0,001$ ; artinya setiap meningkatnya likuiditas sebesar 1%, maka akan diikuti oleh meningkatnya profitabilitas sebesar 0,001, dengan asumsi *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* bernilai konstan.
- 3)  $\beta_2 = 0,084$ ; artinya setiap meningkatnya *Intellectual Capital* sebesar satu satuan, maka akan diikuti oleh meningkatnya profitabilitas sebesar 0,084, dengan asumsi, likuiditas dan *Capital Adequacy Ratio* bernilai konstan.
- 4)  $\beta_3 = 0,170$ ; artinya setiap meningkatnya *Capital Adequacy Ratio* sebesar 1%, maka akan diikuti oleh meningkatnya profitabilitas sebesar 0,170, dengan asumsi likuiditas dan *Intellectual Capital* bernilai konstan.

**Pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas**

Likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa likuiditas yang tinggi tidak selalu menguntungkan karena berpeluang menimbulkan dana-dana yang mengganggu yang sebenarnya dapat digunakan untuk berinvestasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan perusahaan. Hal ini disebabkan karena penyaluran kredit tidak didukung oleh kualitas kredit yang baik. Sehingga dapat meningkatkan risiko piutang tak tertagih yang dapat menyebabkan kerugian pada bank. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Mahatma, dkk (2019) serta Mahulae (2020) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

#### **Pengaruh *Intellectual Capital* terhadap profitabilitas**

*Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa pengelolaan *intellectual capital* yang baik perusahaan dapat menciptakan *value added* yang berguna dalam peningkatan ROA perusahaan. *Intellectual capital* diakui sebagai aset perusahaan karena mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang superior. Dalam teori *stakeholder* menyatakan bahwa *value added* merupakan sebuah ukuran yang lebih akurat dalam mengukur kinerja sebuah perusahaan. Semakin baik perusahaan dalam mengelola ketiga komponen *intellectual capital*, menunjukkan semakin baik perusahaan dalam mengelola aset. Pengelolaan aset yang baik dapat meningkatkan laba atas sejumlah aset yang dimiliki perusahaan yang diukur dengan *return on assets*. Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini dan Kritianti (2019) dan Oktaviyani (2019) yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh

positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

### **Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas**

*Capital Adequacy Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *Capital Adequacy Ratio* (CAR) maka semakin baik kemampuan bank tersebut untuk menanggung risiko dari setiap kredit atau aktiva produktif yang berisiko. Jika nilai *Capital Adequacy Ratio* (CAR) tinggi maka bank tersebut mampu membiayai kegiatan operasional dan memberikankontribusi yang cukup bagi profitabilitas (Majidi, 2017). Semakin tinggi CAR sebuah bank, maka semakin tinggi kemampuan bank dalam menanggung risiko dari aktiva yang berisiko. (Aulia, 2016). Bank dengan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang cukup besar akan mampu mendukung pengembangan operasi dan kelangsungan hidup bank serta menanggung risiko-risiko yang ditimbulkan termasuk di dalamnya risiko kredit sehingga akan mampu meningkatkan profitabilitas bank. (Almunawwarah, 2018). Hasil temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Majidi (2017) menyatakan bahwa CAR berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan perbankan.

### **Pengaruh Likuiditas, *Intellectual Capital* dan *Capital Adequacy Ratio* secara simultan berpengaruh terhadap Profitabilitas**

Ada pengaruh secara simultan dari variabel pengaruh likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersamaan pada saat nilai likuiditas pada suatu bank semakin tinggi, yang diikuti oleh tingginya nilai *intellectual capital* serta semakin besarnya *Capital Adequacy Ratio* (CAR), maka bank tersebut dapat menghasilkan laba yang besar dan dapat meningkatkan

profitabilitas. Likuiditas bank merupakan kemampuan bank untuk memenuhi kemungkinan ditariknya deposito atau simpanan oleh deposan atau penitip dana ataupun memenuhi kebutuhan masyarakat berupa kredit. Semakin tinggi nilai Likuiditas pada suatu bank maka bank tersebut dapat dikatakan mampu dan efektif mengelola dana yang telah dipercayakan oleh nasabah. Dengan demikian bank akan mendapatkan pendapatan bunga, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas. Selain itu, pengelolaan *intellectual capital* yang baik perusahaan dapat menciptakan *value added* yang berguna dalam peningkatan ROA perusahaan. *Intellectual capital* diakui sebagai aset perusahaan karena mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan yang superior. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang besar juga mampu menunjukkan tingginya kemampuan permodalan bank dalam menjaga kemungkinan timbulnya risiko kerugian kegiatan usahanya, sehingga kinerja bank juga akan meningkat. Selain itu, semakin tinggi permodalan bank maka bank dapat melakukan ekspansi usahadengan lebih aman. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sari (2016) dan Machfud (2020) yang menyatakan bahwa ada pengaruh secara simultan dari variabel pengaruh likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas.

### **SIMPULAN**

Kesimpulan yang berkaitan dengan likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa likuiditas yang tinggi tidak selalu menguntungkan karena berpeluang menimbulkan dana-

dana yang menganggur dan biasanya digunakan untuk perputaran aktiva tetap yang sebenarnya dapat digunakan untuk berinvestasi dalam proyek-proyek yang menguntungkan perusahaan.

- 2) *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa pengelolaan *intellectual capital* yang baik perusahaan dapat menciptakan *value added* yang berguna dalam peningkatan ROA perusahaan.
- 3) *Capital Adequacy Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi *Capital Adequacy Ratio* (CAR) maka semakin baik kemampuan bank tersebut untuk menanggung risiko dari setiap kredit atau aktiva produktif yang berisiko. Jika nilai *Capital Adequacy Ratio* (CAR) tinggi maka bank tersebut mampu membiayai kegiatan operasional dan memberikan kontribusi yang cukup bagi profitabilitas.
- 4) Likuiditas, *Intellectual Capital* dan *Capital Adequacy Ratio* berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas. Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersamaan pada saat nilai likuiditas pada suatu bank semakin tinggi, yang diikuti oleh tingginya nilai *intellectual capital* serta semakin besarnya *Capital Adequacy Ratio* (CAR), maka bank tersebut dapat menghasilkan laba yang besar dan dapat meningkatkan profitabilitas.

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah hanya menggunakan variabel independen yaitu likuiditas, *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio* terhadap profitabilitas. Penelitian ini hanya meneliti perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama

tiga tahun berturut-turut. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan perusahaan lain dan menambah tahun penelitian. Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah bagi perusahaan, diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan profitabilitas perusahaan, dengan mengoptimalkan *Intellectual Capital*, dan *Capital Adequacy Ratio*, sehingga perusahaan perbankan mampu mengontrol risiko-risiko yang timbul dalam kegiatan operasional perusahaan. Bagi perusahaan, diharapkan dapat melihat tingkat likuiditas, karena meskipun tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan likuiditas mencerminkan seberapa jauh kemampuan bank dalam mengimbangi kewajiban bank untuk segera memenuhi permintaan deposan yang ingin menarik kembali uangnya yang telah digunakan oleh bank untuk memberikan kredit. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi biasanya memiliki kesempatan lebih baik untuk mendapatkan berbagai dukungan dari banyak pihak, misalnya; lembaga keuangan, kreditur, maupun pemasok. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas, seperti efisiensi modal kerja dan solvabilitas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Noor dan Neni Kristianti 2020. Pengaruh *Intellectual Capital*, LDR, DAR dan TATO Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 2 No. 5, hal: 699-712.



- Anisa Agni Putri (2013),” *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011*”. Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Bursa Efek Indonesia. 2021. *Laporan Keuangan Perusahaan Perbankan*
- Faza, Muhammad F dan Erna H. 2014. *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas, Produktivitas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. EKBISI Vol.8, No.2 : 186-199
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IMB 20*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Ikatan akuntan Indonesia. 2002. PSAK No. 19 Aset Tak Berwujud
- Kartika, Martha dan Hatane, Saerce Elsy. 2016. Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Business Accounting Review*. Vol 1 No. 2, hal: 14-25. Universitas Kristen Petra
- Kurniawan, Dedi Rahmat 2019. *Pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universita Negeri Makassar.
- Machfud, Robby Aria dan Yuliasuti Rahayu 2020. Pengaruh Likuiditas, Risiko Kredit dan Capital Adequacy Ratio Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Volume 9 No. 4, hal: 1-15. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Mahatma, I. M., Merawati, L. K., & Munidewi, I. B. (2019, December). Pengaruh Capital Adequacy Ratio, Loan To Deposit Ratio, Non Performing Loan, Rasio Kualitas Aktiva Produktif Dan Struktur Kepemilikan Manajerial Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. In *Seminar Nasional Inovasi dalam Penelitian Sains, Teknologi dan Humaniora-InoBali* (pp. 605-615).
- Mahulae, D. Y. D. (2020). Analisis Pengaruh Efisiensi Modal Kerja, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan*, 2(1).
- Majidi, Zulfa. 2017. *Analisis Pengaruh CAR, NPL, dan LDR Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan*

- Perbankan Yang Listing Di BEI. Skripsi. Universitas Islam Malang*
- Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono. 2002. *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE*
- Mukaromah, Nazilatuldan Supriono. 2020. PengaruhKecukupan Modal, RisikoKredit, EfisiensiOperasional, Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2017. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)* Vol. 3, No. 1, hal: 67-78. Politeknik Sawunggalih Aji
- Oktaviani, Henny. 2019. *Pengaruh Intellectual Capital dan Produktivitas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. Tesis, Universitas Lampung*
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. *Statistik Perbankan Indonesia.*
- Pinasti, Wildan Farhat dan RR. Indah Mustikawati 2018. Pengaruh CAR, BOPO, NPL, NIM dan LDR terhadapprofitabilitas pada Bank Umum. *Jurnal Nominal*, Volume VII, Nomor 1, hal : 126 -142. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pratama, E., & Isyuardhana, D. (2019). Pengaruh Car, Npl, Ldr Dan Bopo Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Industri Perbankan (studi Kasus Pada Bank Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2017). *eProceedings of Management*, 6(1).
- Prawiti, Luh Putu Sukma Wahyuni dan Luh Putu Wiagustini. 2015. Pengaruh CAR, BOPO, NPL, LDR Terhadap Profitabilitas. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 4, 2015: 2137-2166
- Simbolon, Katarina Afrian Mahdalena dan Yuliadi 2020. Pengaruh Likuiditas, Efisiensi dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada Bank Umum di BEI. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, Vol. 4, No. 3, Hal. : 42-51. Universitas PuteraBatam
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B)*. Bandung. Alfabeta.
- Suhendah, Rousilita. 2012. *Pengaruh Intellectual Capital terhadap Profitabilitas, Produktivitas dan Penilaian Pasar pada Perusahaan yang Go Public di Indonesia pada Tahun 2005-2007*. SNA XV 2012. Banjarmasin: Universitas Tarumanagara
- Suwardjono. 2010. *TeoriAkuntansi:*

- Pengungkapan dan Sarana Interpretatif*. Edisi Ketiga. BPFE, Yogyakarta.
- Tarmidzi, Achmad dan Kusumo. 2003. *Analisis Rasio-Rasio Keuangan sebagai Indikator dalam Memprediksi Potensi Kebangkrutan Perbankan di Indonesia*. Media Ekonomi dan Bisnis, Vol 15.No.1.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU No. 7 Tahun 1992. Tentang Perbankan

**PENGARUH *CURRENT RATIO*, *DEBT TO ASSETS RATIO* DAN *TOTAL ASSETS TURNOVER RATIO* TERHADAP *FINANCIAL DISTRESS* PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN *REAL ESTATE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019**

**Vika Agustya Amanda<sup>1</sup>, I Wayan Sukadana<sup>2</sup>, I Wayan Suarjana<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email : [vikaagustya18@gmail.com](mailto:vikaagustya18@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Financial Distress* adalah suatu konsep luas yang terdiri dari beberapa situasi dimana perusahaan menghadapi masalah kesulitan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *current ratio*, *debt to assets ratio*, dan *total assets turnover ratio* terhadap *financial distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian adalah perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 35 perusahaan property dan *real estate* yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *current ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*, *debt to assets ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*, *total assets turnover ratio* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*, dan *current ratio*, *debt to assets ratio*, dan *total assets turnover ratio* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen diluar rasio keuangan seperti rasio nilai pasar, rasio ukuran perusahaan, *good corporate governance*, dll dengan sektor yang berbeda.

Kata kunci: *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, *Total Assets Turnover Ratio*, *Financial Distress*.

**ABSTRACT**

*Financial Distress* is a broad concept consisting of several situations where a company faces financial difficulties. This study aims to determine the effect of the *current ratio*, *debt to assets ratio*, and *total assets turnover ratio* on *financial distress* in property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research population is property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2017-2019 period. The sample in this study were 35 property and real estate companies which were determined based on the *purposive sampling* method. The analytical tool used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis. The results show that *current ratio* has a positive and significant effect on *financial distress*, *debt to assets ratio* has a negative and significant effect on *financial distress*, *total assets turnover ratio* has no effect on *financial distress*, and

*current ratio, debt to assets ratio, and total assets turnover ratio simultaneously has a positive and significant effect on financial distress. Further research can add independent variables outside of financial ratios such as market value ratios, company size ratios, good corporate governance, etc. with different sectors.*

*Keywords: Current Ratio, Debt To Assets Ratio, Total Assets Turnover Ratio, Financial Distress.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dunia dalam beberapa tahun terakhir ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan yang sangat pesat tersebut disebabkan oleh semakin kuat dan meluasnya globalisasi di seluruh dunia. Bisnis yang kuat dan berpengalaman akan semakin mendapat keuntungan karena meluasnya pengaruh globalisasi. Akan tetapi di sisi lain, sebagai bisnis yang baru tumbuh ataupun bisnis yang masih berskala nasional akan sulit apabila ingin bersaing dengan perusahaan asing, sehingga dampaknya adalah perusahaan yang berskala kecil tersebut akan mengalami *financial distress* dalam perusahaan mereka. Adapun perusahaan-perusahaan yang terancam *financial distress* menurut laman website Big Alpha yakni sebanyak 32 perusahaan per Februari 2021 dan salah satunya perusahaan yang termasuk adalah Garuda Indonesia. Ini menunjukkan bahwa dikondisi sekarang perusahaan besar pun dapat mengalami *financial distress*, maka perusahaan kecil memiliki kemungkinan

rentan mengalami *financial distress* lebih besar.

Menurut Atmini (2005) *Financial Distress* adalah suatu konsep luas yang terdiri dari beberapa situasi dimana perusahaan menghadapi masalah kesulitan keuangan. Biasanya istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan situasi tersebut yaitu kegagalan, kebangkrutan, ketidakmampuan melunasi hutang dan kegagalan untuk memenuhi hutangnya. Ketidakmampuan melunasi hutang menunjukkan adanya masalah likuiditas, atau dengan kata lain kondisi *financial distress* adalah kondisi awal kebangkrutan dari suatu perusahaan. Kebangkrutan biasanya terjadi karena pihak pengelola perusahaan terlalu yakin dengan kebijakan yang dikeluarkan serta mengambil tindakan – tindakan yang sangat beresiko bagi kelangsungan perusahaan.

Kebangkrutan terjadi jika laba yang dihasilkan perusahaan lebih kecil dibandingkan biaya yang dikeluarkan secara berturut-turut selama suatu periode tertentu. Untuk mengatasi kesulitan keuangan karena laba yang dihasilkan perusahaan tidak mencukupi untuk biaya

kegiatan operasional perusahaan, maka perusahaan akan melakukan peminjaman uang ke bank sebagai solusi akhir.

Suatu perusahaan dapat dikategorikan sedang mengalami *financial distress* apabila perusahaan tersebut memiliki kinerja keuangan yang menunjukkan laba operasi negatif, laba bersih negatif, nilai buku ekuitas negatif, serta perusahaan tersebut melakukan *merger* (Brahmana, 2007). Kesulitan keuangan dimulai ketika perusahaan tidak dapat memenuhi jadwal pembayaran atau ketika proyeksi arus kas mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut akan segera tidak dapat memenuhi kewajibannya.

Pada umumnya penelitian tentang *financial distress*, kegagalan maupun kebangkrutan suatu perusahaan bisa diukur dan dilihat dari laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan perusahaan suatu perusahaan sangat penting bagi pihak manajemen maupun pihak eksternal termasuk bagi investor untuk mengetahui sejauh mana kriteria kinerja keuangan perusahaan tersebut, dan juga berisi dengan rasio-rasio keuangan yang membantu menganalisis permasalahan tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh *current ratio* terhadap *financial distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh *debt to assets ratio* terhadap *financial distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh *total assets turnover ratio* terhadap *financial distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019.
4. Untuk mengetahui *current ratio*, *debt to assets ratio*, dan *total assets turnover ratio* berpengaruh secara simultan terhadap *financial distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019.

## II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### *Signaling Theory*

Teori *signaling* adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen untuk memberikan informasi atau petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan di masa mendatang. Informasi

yang disajikan oleh perusahaan adalah dalam bentuk laporan keuangan menjadi sinyal atau pengumuman kepada para investor mengenai kondisi keuangan perusahaan yang nantinya akan digunakan sebagai keputusan investasi para investor kepada perusahaan. Pengumuman tentang data dan akan diinterpretasikan menjadi suatu kabar baik atau kabar buruk. Jika sinyal baik, maka terjadi peningkatan pada volume perdagangan saham perusahaan. Sebaliknya jika sinyal buruk, maka terjadi penurunan pada volume perdagangan saham perusahaan. Dalam teori ini pada pihak manajemen perusahaan yang sebagai pihak internal akan memberikan sinyal berupa laporan keuangan kepada para investor atau pihak eksternal. Laporan keuangan dibuat berdasarkan aktivitas yang terjadi di perusahaan pada satu periode tertentu. Laporan keuangan akan mengarahkan pada perusahaan yang berada pada kondisi sehat atau mengalami kondisi *financial distress*. Kondisi perusahaan yang sehat atau tidak sehat dapat dilihat dari kinerja keuangan perusahaan. Sinyal-sinyal informasi yang beredar juga akan mempengaruhi investor yang melakukan investasi pada suatu perusahaan.

## **Rasio Keuangan**

Menurut Kasmir (2013) Rasio keuangan adalah kegiatan membandingkan angka-angka yang ada di dalam laporan keuangan. Perbandingan bisa dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada di antara laporan keuangan. Kemudian, angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode.

### **Rasio Likuiditas**

Menurut Sartono (2010) Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek sesuai pada waktunya. Sejalan dengan yang dikatakan oleh Deanta (2009) Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan sebagai alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang lancarnya. Rasio likuiditas bisa didapat menurut informasi modal kerja dari pos aktiva lancar dan hutang lancar. Likuiditas bisa muncul karena keputusan di masa lalu perusahaan mengenai pendanaan dari pihak ketiga, baik bentuk asset maupun dalam bentuk kas.

#### **1) *Current Ratio***

*Current Ratio* atau rasio lancar merupakan salah satu dari rasio likuiditas. Rasio ini menunjukkan besarnya

kewajiban lancar yang ditutup dengan aktiva yang diharapkan akan dikonversi menjadi kas dalam jangka pendek (Sari, 2015).

*Current ratio* yang tinggi maka posisi untuk para kreditur makin baik, maka dari itu terdapat kemungkinan lebih besar bahwa hutang perusahaan akan dapat dibayar tepat pada waktunya. Pada umumnya suatu *current ratio* yang rendah banyak mengandung resiko dari pada suatu *current ratio* yang tinggi, akan tetapi terkadang suatu *current ratio* yang rendah justru menunjukkan pimpinan perusahaan menggunakan aktiva lancar dengan efektif (Harjito dan Martono, 2012).

### **Rasio Leverage**

Rasio *leverage* bisa juga disebut sebagai rasio solvabilitas, yang merupakan rasio yang memperlihatkan proporsi semua aktiva perusahaan yang didanai oleh hutang. Dengan kata lain menunjukkan seberapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang atau berapa banyak hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Rasio *leverage* atau rasio solvabilitas adalah rasio keuangan yang dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam hal memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Setiap penggunaan hutang (*financial leverage*)

dalam perusahaan akan berpengaruh terhadap risiko dan pengembalian. Rasio ini juga dapat digunakan untuk melihat seberapa besar risiko keuangan perusahaan (*financial risk*).

### **1) Debt To Assets Ratio**

*Debt to assets ratio (debt ratio)* adalah rasio utang yang bisa digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang (*total debt*) dengan total asset (*total assets*). Rasio ini mengukur berapa aset perusahaan yang dibelanjai dengan hutang. Karena semua hutang memiliki resiko, maka semakin besar aset perusahaan makin besar juga resiko yang ditanggung perusahaan. Semakin tinggi *debt ratio* semakin besar jumlah modal pinjaman diperlukan dalam menghasilkan keuntungan untuk perusahaan (Syamsuddin, 2013). Penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan profitabilitas, di lain sisi pihak hutang yang tinggi bisa meningkatkan resiko.

### **Rasio Aktivitas**

Rasio aktivitas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva atau asset yang dimilikinya. Dengan kata lain rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atau efektivitas pemanfaatan sumber daya perusahaan. Penggunaan



rasio aktivitas yaitu dengan cara membandingkan antara tingkat penjualan dengan investasi dalam aktiva untuk satu periode. Yang dimaksud yaitu diharapkan adanya keseimbangan yang diinginkan antara penjualan dengan aktiva sediaan, piutang dan aktiva tetap lainnya (Kasmir, 2017). Tujuan utama dari rasio aktivitas yaitu kemampuan manajemen untuk menggunakan dan memaksimalkan aktiva yang dimiliki.

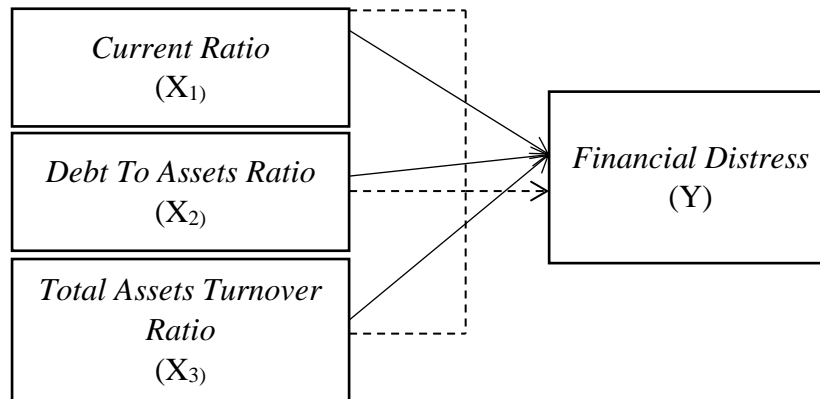
#### 1) *Total Assets Turnover Ratio*

*Total Assets Turnover Ratio* yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva. Apabila *Total assets turnover ratio* suatu perusahaan bernilai rendah berarti perusahaan mempunyai kelebihan total asset yang sehingga perusahaan belum mampu memanfaatkan total asset yang dimilikinya secara maksimal untuk menghasilkan penjualan dan perusahaan kemungkinan berpotensi mengalami *financial distress* (Agustini dan Wirawati, 2019).

#### *Financial Distress*

*Financial Distress* merupakan kondisi perusahaan yang sedang mengalami kesulitan keuangan dan terancam bangkrut. Atau didefinisikan sebagai tahap penurunan kondisi keuangan yang terjadi sebelum terjadinya kebangkrutan atau likuidasi. Kesulitan keuangan akan terjadi pada saat perusahaan tidak dalam memenuhi pembayaran hutang yang jatuh tempo atau di saat arus kas perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tidak bisa memenuhi pembayaran hutang yang jatuh tempo atau saat arus kas perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo.

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



**Sumber : Hasil Pemikiran Peneliti (2021)**

### **Hipotesis** **Pengaruh *Current Ratio* Terhadap *Financial Distress***

Rasio likuiditas yang digunakan adalah *current ratio*, yaitu rasio yang dipergunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang akan jatuh tempo pada saat ditagih keseluruhan (Kasmir, 2017). Besarnya hasil perhitungan rasio lancar menunjukkan besarnya kewajiban lancar yang dijamin dengan aktiva lancar. Ini berarti semakin besar rasio lancar, maka likuiditas perusahaan semakin tinggi atau semakin likuid. Semakin rendah rasio likuiditas, maka kemungkinan perusahaan mengalami *financial distress* semakin

tinggi. Untuk memperoleh rasio likuiditas yang baik aktiva lancar harus jauh di atas jumlah hutang lancar. Artinya apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban keuangannya, maka perusahaan diprediksi akan mengalami *financial distress*.

Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Janna (2018), Hanifa (2019), dan Nurrachma (2019) yang menunjukkan bahwa rasio likuiditas (*current ratio*) memiliki pengaruh negatif terhadap *financial distress*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *current ratio* maka semakin kecil kemungkinan perusahaan tersebut mengalami *financial distress*.

H<sub>1</sub> : *Current Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

### **Pengaruh *Debt To Assets Ratio* Terhadap *Financial Distress***

Rasio *leverage* yang digunakan adalah *debt to assets ratio*, yaitu sebagai rasio yang melihat perbandingan hutang perusahaan, yaitu yang diperoleh dari perbandingan total hutang dibagi dengan total asset. Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur persentase besarnya dana yang berasal dari hutang. Hutang yang dimaksud adalah semua hutang yang dimiliki perusahaan baik yang berjangka pendek maupun yang berjangka panjang. Kreditur lebih menyukai *debt ratio* yang rendah sebab tingkat keamanan dananya menjadi lebih baik. Penggunaan hutang yang terlalu tinggi bisa mengakibatkan perusahaan menjadi kesulitan untuk melunasi hutang yang dimilikinya. Artinya, jika kondisi tersebut berlangsung dalam jangka waktu yang panjang atau lama, maka dapat dikatakan rasio *leverage* akan semakin tinggi dan perusahaan diprediksi akan mengalami *financial distress*.

Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurrachma (2019), Janna (2018), Andriansyah (2018), dan Hanifa

(2019) menunjukkan bahwa *debt to assets ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio *leverage* yang diperoleh, maka semakin besar kemungkinan sebuah perusahaan tidak dapat membayar kewajiban keuangannya sehingga sebuah perusahaan diprediksi akan mengalami *financial distress*.

H<sub>2</sub> : *Debt To Assets Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

### **Pengaruh *Total Assets Turnover Ratio* Terhadap *Financial Distress***

Rasio aktivitas yang digunakan adalah *total assets turnover*, yaitu rasio yang melihat sejauh mana keseluruhan asset yang dimiliki perusahaan terjadi perputaran secara efektif. Rasio ini dapat menunjukkan ukuran efektivitas pemanfaatan aktiva dalam menghasilkan penjualan. Semakin tinggi tingkat perputarannya semakin efektif perusahaan memanfaatkan aktivitya. Jika perusahaan tidak dapat memaksimalkan perputaran asset yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan akan sulit memperoleh hasil maksimal. Jika hal ini terjadi dan tidak dapat diatasi dengan baik, maka

perusahaan akan mengalami *financial distress*.

Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurrachma (2019), Andriansyah (2018), dan Hanifa (2019) menunjukkan bahwa rasio aktivitas (*total assets turnover*) berpengaruh negatif terhadap *financial distress*. Hal ini menunjukkan bahwa *total assets turnover* yang semakin tinggi maka semakin kecil kemungkinan perusahaan mengalami *financial distress*.

H<sub>3</sub> : *Total Assets Turnover Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

### **Pengaruh *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* Terhadap *Financial Distress***

Menurut Hanafi dan Halim (2005) analisis rasio keuangan dapat digunakan untuk menganalisis atau memprediksi kebangkrutan dan *financial distress*, agar manajemen dapat mengambil tindakan untuk mencegah kondisi yang tidak diinginkan.

*Current ratio*, *debt to assets ratio*, dan *total assets turnover ratio* sebagai alat ukur kinerja perusahaan untuk memprediksi suatu kondisi keuangan dimana kondisi keuangan perusahaan dalam keadaan sehat atau tidak sehat atau

bisa disebut dengan *financial distress*. Dengan demikian penelitian menyimpulkan sementara bahwa *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* secara simultan berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

H<sub>4</sub> : *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di BEI.

## **III. METODE PENELITIAN**

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia dengan mengakses [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **Obyek Penelitian**

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

### **Identifikasi Variabel**

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *financial distress* yang dinotasikan sebagai variabel Y.

Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *current ratio*, *debt to assets ratio*, dan *total assets turnover ratio* yang dinotasikan sebagai variabel X.

### Definisi Operasional Variabel

#### 1) *Current Ratio* (X<sub>1</sub>)

*Current ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendeknya dan diukur dengan cara membandingkan total asset lancar dengan total hutang lancar. Demikian rumus yang digunakan untuk menghitung *current ratio*:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

#### 2) *Debt To Assets Ratio* (X<sub>2</sub>)

*Debt to assets ratio* adalah rasio yang mengukur jumlah persentase dari jumlah-jumlah dana yang diberikan kepada kreditur berupa hutang terhadap jumlah asset perusahaan dan diukur dengan cara membandingkan total hutang dengan total aktiva. Demikian rumus yang digunakan untuk menghitung *debt to assets ratio*:

$$\text{Debt To Assets Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

#### 3) *Total Assets Turnover Ratio* (X<sub>3</sub>)

*Total assets turnover ratio* yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva dan diukur dengan cara membandingkan penjualan dengan total aktiva. Demikian rumus yang digunakan untuk menghitung *total assets turnover ratio*:

$$\text{Total Assets Turnover Ratio} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

#### 4) *Financial Distress* (Y)

*Financial distress* adalah tahap penurunan kondisi keuangan yang terjadi sebelum terjadinya kebangkrutan atau likuidasi. *Financial distress* pada penelitian ini menggunakan Metode Altman Z-Score modifikasi sebagai alat ukurnya.

$$Z'' = 6,56X_1 + 3,26X_2 + 6,72X_3 + 1,05X_4$$

Keterangan :

Z'' = Overall Index

X<sub>1</sub> = Working Capital/ Total Assets

X<sub>2</sub> = Retained Earnings/ Total Assets

X<sub>3</sub> = Earnings Before Interest and Taxes/ Total Assets

X<sub>4</sub> = Book Value of Equity/ Book Value of Total Debt

Klasifikasi atau kriteria perusahaan yang sehat dan tidak sehat atau bangkrut didasarkan pada nilai Z-Score model Altman modifikasi, yaitu :

- a. Jika nilai  $Z'' < 1,1$  maka termasuk perusahaan yang mengalami *financial distress* atau bangkrut.
- b. Jika nilai  $1,1 < Z'' < 2,6$  maka termasuk *grey area*
- c. Jika nilai  $Z'' > 2,6$  maka termasuk perusahaan yang sehat atau tidak bangkrut.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yaitu data laporan keuangan tahunan perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah

keterangan mengenai sejarah perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Dan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Property dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2019 yang berjumlah 63 perusahaan.

#### Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling memiliki kriteria sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Sampel Perusahaan**

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan property dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI periode 2017-2019.	63
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dalam periode 2017-2019.	(25)
3	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan dari bulan Jan-Des dalam periode 2017	(3)
Jumlah sampel penelitian		35
<b>Jumlah sampel amatan selama 3 tahun</b>		<b>105</b>

## Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data

(Sugiyono, 2013). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi yaitu dengan cara membaca, menyalin, dan mengolah dokumen atau catatan tertulis yang ada di Bursa Efek Indonesia serta literatur yang mendukung.

## Teknik Analisis Data

- 1) Uji Statistik Deskriptif
- 2) Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas
  - b. Uji Multikolinearitas
  - c. Uji Autokorelasi
  - d. Uji Heteroskedastisitas
- 3) Analisis Regresi Linear Berganda
- 4) Analisis Korelasi Berganda
- 5) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )
- 6) Uji Simultan (Uji F)
- 7) Uji t

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1) Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan lampiran dapat dilihat hasil uji statistik deskriptif

menunjukkan bahwa *current ratio* nilai rata-rata (mean) sebesar 4,3126 dari total sampel 105 dengan standart deviasi sebesar 6,23824. Nilai terendah *current ratio* yaitu sebesar 0,18 sedangkan nilai tertinggi sebesar 40,52. *Debt to assets ratio* nilai rata-rata (mean) sebesar 0,3372 dengan standart deviasi sebesar 0,19172. Nilai terendah *debt to assets ratio* yaitu sebesar 0,02 sedangkan nilai tertinggi sebesar 0,79.

*Total assets turnover ratio* nilai rata-rata (mean) sebesar 0,1582 dengan standart deviasi sebesar 0,09465. Nilai terendah *total assets turnover ratio* yaitu sebesar 0,00 sedangkan nilai tertinggi sebesar 0,39. *Financial distress* nilai rata-rata (mean) sebesar 7,7008 dengan standart deviasi sebesar 7,46004. Nilai terendah *financial distress* yaitu sebesar 0,48 sedangkan nilai tertinggi sebesar 47,79.

#### 2) Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Berdasarkan lampiran menunjukkan besarnya hasil dari uji *Kolmogorov-smirnov* dengan nilai signifikan atau sig. sebesar 0,200 yang artinya  $> 0,05$ . Berarti data yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal dan

bisa dilanjutkan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Berdasarkan lampiran hasil nilai dari output uji multikolinearitas menghasilkan nilai *tolerance* dari masing-masing variabel yaitu *current ratio* sebesar 0,807, *debt to assets ratio* sebesar 0,613, dan *total assets turnover ratio* sebesar 0,707 yang berarti semuanya menunjukkan nilai yang lebih besar daripada 0,1. Sehingga, diperoleh nilai VIF dari masing-masing variabel yaitu *current ratio* sebesar 1,239, *debt to assets ratio* sebesar 1,632, dan *total assets turnover ratio* sebesar 1,414 yang berarti semuanya menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

#### **c. Uji Autokorelasi**

Berdasarkan lampiran dapat diketahui bahwa nilai uji DW sebesar 1,145. Nilai *du* pada tabel Durbin Watson 1,7411. Nilai  $4-du = 2,2589$ . Sehingga, terjadi kategori  $du < d < 4-du$  atau  $1,7411 < 1,145 < 2,2589$  yang berarti bahwa terjadi autokorelasi. Dengan demikian uji DW harus dilanjutkan ke uji

Cochrane-Orcutt karena dalam uji DW terjadi autokorelasi.

Berdasarkan lampiran menunjukkan hasil dari uji Cochrane-Orcutt sebesar 1,893. Nilai *du* pada tabel Durbin Watson 1,7411. Nilai  $4-du = 2,2589$ . Sehingga, terjadi kategori  $du < d < 4-du$  atau  $1,7411 < 1,893 < 2,2589$  yang berarti bahwa tidak terjadi autokorelasi.

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan lampiran menunjukkan bahwa hasil uji glejser dengan nilai signifikan masing-masing variabel yaitu *current ratio* sebesar 0,934, *debt to assets ratio* sebesar 0,201, dan *total assets turnover ratio* sebesar 0,121 yang artinya nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 dan menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3) Analisis Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan lampiran maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$FD = \alpha + \beta_1 CR + \beta_2 DAR + \beta_3 TATO + \varepsilon$$

$$FD = 3,766 + 0,477CR - 3,512DAR - 0,324TATO$$



Berdasarkan hasil diatas persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,766 mengindikasikan bahwa CR, DAR, dan TATO sebagai variabel independen adalah 0 (nol), maka *financial distress* akan terjadi sebesar 3,766.
2. *Current Ratio* menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,477 artinya setiap kenaikan satu unit variabel *current ratio* akan mengakibatkan peningkatan *financial distress* sebesar 0,477 dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya adalah tetap.
3. *Debt To Assets Ratio* menunjukkan koefisien regresi sebesar -3,512 artinya setiap kenaikan satu unit variabel *debt to assets ratio* akan mengakibatkan penurunan *financial distress* sebesar 3,512 dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya adalah tetap.
4. *Total Assets Turnover Ratio* menunjukkan koefisien regresi sebesar -0,324 artinya setiap kenaikan satu unit variabel *total assets turnover ratio* akan mengakibatkan penurunan *financial distress* sebesar 0,324

dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya adalah tetap.

#### 4) Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan lampiran besarnya koefisien korelasi adalah 0,930. Nilai dari koefisien korelasi (R) sebesar 0,930 yang dimana berada diantara nilai 0,80 – 1,000 artinya bahwa antara CR, DAR, dan TATO dengan FD memiliki hubungan yang sangat kuat.

#### 5) Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan lampiran dapat diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,860 atau 86%. Dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen (CR, DAR, dan TATO) terhadap variasi variabel dependen (FD) sebesar 86%, sedangkan sisanya sebesar 14% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen lain diluar model penelitian.

#### 6) Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan lampiran dapat diketahui nilai signifikan CR, DAR, dan TATO sebesar 0,000 yang artinya  $0,000 < 0,05$  dan diketahui  $F_{tabel}$  sebesar 2,69 sehingga nilai  $F_{hitung}$   $214,425 > F_{tabel}$  2,69. Hal ini menunjukkan bahwa CR, DAR, dan TATO secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap FD.

#### 7) Uji t

Berdasarkan lampiran menunjukkan nilai signifikan untuk masing-masing variabel independen, dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Berikut penjelasan dari hasil uji  $t$  :

1.  $t_{hitung}$  untuk variabel *current ratio* = 11,110 >  $t_{tabel}$  = 1,984 dengan nilai sig.  $0,000 < \alpha = 0,05$  sehingga  $H_1$  ditolak yang berarti variabel *current ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*.
2.  $t_{hitung}$  untuk variabel *debt to assets ratio* = -13,073 atau 13,073 >  $t_{tabel}$  = 1,984 dengan nilai sig.  $0,000 < \alpha = 0,05$  sehingga  $H_2$  ditolak yang berarti variabel *debt to assets ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial distress*.
3.  $t_{hitung}$  untuk variabel *total assets turnover ratio* = -0,987 atau 0,987 <  $t_{tabel}$  1,984 dengan nilai sig.  $0,326 > \alpha = 0,05$  sehingga  $H_3$  ditolak yang berarti variabel *total assets turnover ratio* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*.

### **Pembahasan Penelitian**

#### **Pengaruh *Current Ratio* Terhadap *Financial Distress***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Current Ratio* (CR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial*

*Distress*. Nilai koefisien regresi sebesar 0,477 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini *Current Ratio* (CR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress* yang artinya jika nilai *current ratio* naik maka akan meningkatkan angka *financial distress* (Z-Score). Dengan demikian artinya semakin meningkatnya nilai *current ratio* maka akan menurunkan kemungkinan perusahaan mengalami *financial distress*, karena semakin meningkatnya angka variabel *financial distress* (Z-Score) maka akan menurunkan kemungkinan terjadinya *financial distress*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ruslinawati (2017) bahwa Likuiditas yang dihitung dengan *Current Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress*. Namun berbeda dengan hasil penelitian Rohmadini, dkk (2018) menyatakan bahwa *Current Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Financial Distress*. Semakin tinggi nilai likuiditas atau *current ratio* akan dapat menurunkan resiko *financial distress*, dan begitu sebaliknya.

#### **Pengaruh *Debt To Assets Ratio* Terhadap *Financial Distress***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Debt To Assets Ratio* berpengaruh

negatif dan signifikan terhadap *Financial Distress*. Nilai koefisien regresi sebesar -3,512 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian ini *Debt To Assets Ratio* (DAR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Financial Distress* yang artinya jika nilai *debt to assets ratio* tinggi maka angka *financial distress* (Z-Score) semakin rendah dan kecil, karena semakin kecil angka *financial distress* (Z-Score) maka menandakan bahwa perusahaan tersebut dalam kondisi keuangan yang kurang sehat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rohmadini, dkk (2018) bahwa *Debt To Assets Ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Financial Distress*. Namun berbeda hasil dengan penelitian Juhari (2018) menyatakan bahwa *Debt To Assets Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Financial Distress*.

#### **Pengaruh *Total Assets Turnover Ratio* Terhadap *Financial Distress***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Total Assets Turnover Ratio* (TATO) tidak berpengaruh terhadap *Financial Distress*. Nilai koefisien regresi sebesar -0,324 dengan nilai signifikan sebesar 0,326 yang artinya lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian ini *Total Assets Turnover Ratio* (TATO) tidak berpengaruh

terhadap *Financial Distress* yang artinya besar kecilnya *total assets turnover ratio* tidak mampu meningkatkan atau menurunkan kemungkinan terjadinya *financial distress*. Hal ini dikarenakan ada faktor atau penyebab penentu lainnya yang menyebabkan terjadinya *financial distress* itu sendiri, sehingga perputaran aset yang baik atau penambahan aset dan penjualan atau aktivitas sehari-harinya tidak dapat menjamin perusahaan tersebut tidak mengalami kerugian dan terlepas dari kondisi *financial distress*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Wulandari (2020) bahwa Aktivitas yang diukur dengan *Total Assets Turnover Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Financial Distress*. Namun berbeda dengan penelitian Nurrachma (2019) yang menyatakan bahwa *Total Assets Turnover Ratio* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Financial Distress*.

#### **Pengaruh *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* Secara Simultan Terhadap *Financial Distress***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress*. Nilai F sebesar 214,425 dengan nilai sig.

0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CR, DAR, dan TATO berpengaruh secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap FD.

## V. PENUTUP

### Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh rasio keuangan yaitu *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* untuk memprediksi kondisi *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka hasil kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Hasil analisis pengaruh *Current Ratio* berdasarkan penelitian ini menunjukkan *Current Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.
2. Hasil analisis pengaruh *Debt To Assets Ratio* berdasarkan penelitian ini menunjukkan *Debt To Assets Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate*

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

3. Hasil analisis pengaruh *Total Assets Turnover Ratio* berdasarkan penelitian ini menunjukkan *Total Assets Turnover Ratio* tidak berpengaruh terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.
4. Hasil analisis pengaruh *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* secara simultan berdasarkan penelitian ini menunjukkan *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress* pada perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

### Keterbatasan dan Saran

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan dalam meneliti yaitu penelitian hanya menggunakan perusahaan property dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Dan laporan keuangan perusahaan yang tidak lengkap dipublikasikan.

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian dan pembahasan seperti yang

sudah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan yaitu bagi perusahaan diharapkan untuk bisa lebih memperhatikan variabel *Debt To Assets Ratio* daripada *Current Ratio* karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel independen yang lebih dominan berpengaruh adalah *Debt To Assets Ratio*, maka perusahaan harus memperhatikan variabel tersebut untuk menilai kinerja perusahaan. Dan juga harus memperhatikan variabel *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* karena hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *Current Ratio*, *Debt To Assets Ratio*, dan *Total Assets Turnover Ratio* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Distress*, maka perusahaan juga harus memperhatikan ke tiga variabel tersebut untuk menilai kinerja perusahaan dan membantu perusahaan dalam meminimalkan kondisi *financial distress*. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut maka diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kinerja keuangannya dalam perusahaan agar terhindar dari kondisi *financial distress*.

## DAFTAR PUSTAKA

Andriansyah. Muhammad Zufichrie. 2018. Pengaruh Rasio Likuiditas,

Leverage, Profitabilitas, Aktivitas Dan Pertumbuhan Penjualan dalam Memprediksi Financial Distress. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Atmini, Sari., dan Wuryana. 2005. Manfaat Laba dan Arus Kas untuk Memprediksi Kondisi Financial Distress Pada Perusahaan Textile Mill dan Products and Apparel and Other Tectile Products yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal*. Universitas Brawijaya. Malang.

Big Alpha. Daftar Saham Ekuitas Negatif 2021. <https://bigalpha.id/news/duh-daftar-lengkap-32-saham-ekuitas-negatif-2021>. Diakses pada tanggal 05 Maret 2021.

Brahmana, Rayenda K. 2007. Identifying Financial Distress Condition in Indonesia Manufacture Industry. Birmingham Business School. University of Birmingham. United Kingdom.

Bursa Efek Indonesia. Laporan Keuangan Tahunan. <http://www.idx.co.id>.

- Diakses pada tanggal 06 September 2021.
- Deanta. 2009. *EXCEL Untuk Analisis Laporan Keuangan dan Prediksi Kebangkrutan Perusahaan*. ISBN: 978.979.1078.65.8. Penerbit Gava Media. Yogyakarta.
- Hanifa, Rachmawati Umi. 2019. Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Dan Aktivitas Terhadap Financial Distress Perusahaan. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Hanafi, Mamduh., dan Abdul, Halim. 2005. Analisis Laporan Keuangan. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Harjito, Agus., dan Martono. 2012. Manajemen Keuangan. Edisi 2. Yogyakarta: Ekonisia.
- Janna, Mardiyatul. 2018. Pengaruh Likuiditas dan Leverage Terhadap Financial Distress. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Juhari, Muhammad. 2018. Pengaruh Current Ratio, Debt To Total Assets Ratio, Net Profit Margin dan Total Asset Turnover Terhadap Financial Distress. *Jurnal*. Fakultas Ekonomi Universitas Maritime Raja Ali Haji. Tanjung Pinang.
- Kasmir. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Ed.1-6. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2017. Analisis Laporan Keuangan. Cetakan Ke 10. Penerbit PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Nurrachma, Ariani Sita. 2019. Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kondisi Financial Distress. *Jurnal*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanar. Surabaya.
- Rohmadini, Alfinda., Saifi, Muhammad., dan Darmawan, Ari. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage Terhadap Financial Distress. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
- Ruslinawati, Hilda Ayu Devi. 2017. Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Financial Distress.

- Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Sari, Linda Purnama., dan Widyarti, Endang Tri. 2015. Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan. *E-Jurnal*. Program Studi Manajemen Universitas Diponegoro.4.4.
- Sartono, Agus. 2010. Manajemen Keuangan. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Syamsuddin, Lukman. 2013. Manajemen Keuangan Perusahaan: Konsep Aplikasi Dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wulandari, Hasnita. 2020. Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Financial Distress. *Skripsi*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. Semarang.

## LAMPIRAN

### Hasil Uji Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CR (X1)	105	0,18	40,52	4,3126	6,23824
DAR (X2)	105	0,02	0,79	0,3372	0,19172
TATO (X3)	105	0,00	0,39	0,1582	0,09465
FD (Y)	105	0,48	47,79	7,7008	7,46004
Valid N (listwise)	105				

### Hasil Uji Normalitas (K-S)

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
--	-------------------------

N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,37834773
Most Extreme	Absolute	0,069
Differences	Positive	0,047
	Negative	-0,069
Test Statistic		0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

### Hasil Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,766	0,190		19,850	0,000		
	CR (X1)	0,477	0,043	0,453	11,110	0,000	0,807	1,239
	DAR (X2)	-3,512	0,269	-0,612	-13,073	0,000	0,613	1,632
	TATO (X3)	-0,324	0,328	-0,043	-0,987	0,326	0,707	1,414

a. Dependent Variable: FD (Y)

### Hasil Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.926 <sup>a</sup>	0,857	0,853	2,86259	1,145

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y



### Hasil Uji Cochrane-Orcutt

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.912 <sup>a</sup>	0,832	0,827	2,60313	1,893
a. Predictors: (Constant), Lag_X1, Lag_X2, Lag_X3					
b. Dependent Variable: Lag_Y					

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,524	0,107		4,878	0,000
	CR (X1)	-0,002	0,024	-0,009	-0,083	0,934
	DAR (X2)	-0,196	0,152	-0,157	-1,287	0,201
	TATO (X3)	-0,290	0,186	-0,177	-1,563	0,121
a. Dependent Variable: ABSRES						

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930 <sup>a</sup>	0,864	0,860	0,38393
a. Predictors: (Constant), CR (X1), DAR (X2), TATO (X3)				

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94,818	3	31,606	214,425	.000 <sup>b</sup>
	Residual	14,887	101	0,147		
	Total	109,705	104			
a. Dependent Variable: FD (Y)						
b. Predictors: (Constant), CR (X1), DAR (X2), TATO (X3)						

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,766	0,190		19,850	0,000
	CR (X1)	0,477	0,043	0,453	11,110	0,000
	DAR (X2)	-3,512	0,269	-0,612	-13,073	0,000
	TATO (X3)	-0,324	0,328	-0,043	-0,987	0,326
a. Dependent Variable: FD (Y)						

**PENGARUH INFLASI DAN PROFITABILITAS TERHADAP *RETURN*  
SAHAM PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI  
BURSA EFEK INDONESIA**

**Ni Putu Eka Damayanti<sup>1</sup>, I Wayan Widnyana<sup>2</sup>,  
I Gusti Ngurah Bagus Gunadi<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Mahasaraswati Denpasar  
Email : [dmy1497@gmail.com](mailto:dmy1497@gmail.com)

**ABSTRAK**

Investasi adalah kepemilikan melalui pembelian atau akuisisi lembar saham usaha perseorangan atau instansi yang dikomersilkan ke pasar saham. Tujuan utama investor berinvestasi dalam bentuk saham yaitu untuk menerima deviden (keuntungan perusahaan yang didapat dan akan dibagikan kepada para pemegang saham) dan *capital gain* (kenaikan harga saham). Keduanya haruslah lebih besar atau paling tidak sama dengan return saham (pengembalian saham). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inflasi dan Profitabilitas terhadap *Return Saham* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian adalah Perusahaan Manufaktur pada bidang barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2017 – 2019 yang memiliki data laporan keuangan lengkap sesuai dengan yang diperlukan dalam penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan manufaktur yang ditentukan berdasarkan metode *random sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return Saham* dengan hasil koefisien regresi bernilai negatif sebesar -1,107 dan nilai signifikan 0,000. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return Saham* dengan hasil koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,991 dan nilai signifikan 0,012. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap *return* saham, seperti *Ratio Likuiditas*.  
Kata Kunci : *Return Saham*, Inflasi, Profitabilitas.

**ABSTRACT**

*Investment is ownership through the purchase or acquisition of shares of individual businesses or agencies that are commercialized to the stock market. The main purpose of investors investing in shares is to receive dividends (company profits obtained and will be distributed to shareholders) and capital gains (increases in share prices). Both must be greater than or at least equal to the stock return (share*

*return*). This study aims to determine the effect of inflation and profitability on stock returns in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research population is Manufacturing Companies in the field of consumer goods listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017 – 2019 which have complete financial statement data as required in this study. The sample in this study were 10 manufacturing companies which were determined based on the random sampling method. The analytical tool used to test the hypothesis is multiple linear regression. The results show that inflation has a negative and significant effect on stock returns with a negative regression coefficient of -1.107 and a significant value of 0.000. While Profitability has a positive and significant effect on Stock Return with a positive regression coefficient of 0.991 and a significant value of 0.012. Further research can use other variables that have an influence on stock returns, such as the Liquidity Ratio.

*Keywords: Stock Return, Inflation, Profitability.*

## 1. Pendahuluan

Dalam melakukan investasi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu tingkat pengembalian dana yang diharapkan, tingkat resiko, keterbatasan jumlah dana yang ingin diinvestasikan. Investasi yang berkaitan yaitu investasi real (tanah, emas, mesin, bangunan) dan investasi finansial (deposito, saham dan obligasi) yang merupakan kegiatan investasi yang umum dilakukan.

Tujuan utama investor berinvestasi dalam bentuk saham yaitu untuk menerima deviden (keuntungan perusahaan yang didapat dan akan dibagikan kepada para pemegang saham) dan *capital gain* (kenaikan harga saham). Keduanya haruslah lebih besar atau paling tidak sama dengan return saham (pengembalian saham).

Menurut Ang (2001) *Return* saham adalah tingkatan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang

dilakukan. Dalam pasar saham tidak selalu menjanjikan suatu *return* yang pasti bagi investor. Dalam setiap kegiatan investasi jangka panjang maupun jangka pendek mempunyai harapan untuk memperoleh keuntungan atau peningkatan nilai investasi serta tingkat resiko yang tidak membahayakan kegiatan investasi yang dilakukan investor, secara logis tentu investor selalu mengharapkan return saham yang sesuai dengan resiko investasi yang dihadapinya. Komponen *return* terdiri dari dua jenis yaitu *current income* (pendapatan lancar) dan *capital gain* (keuntungan dari selisih harga).

Perusahaan manufaktur merupakan jenis perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku menjadi barang jadi serta menyerap tenaga kerja yang relatif banyak. Perusahaan manufaktur juga merupakan emiten terbesar yaitu 166 perusahaan yang *listing* pada Bursa Efek Indonesia (BEI) berdasarkan data dari IDX

*Statistic*. Dengan jumlah perusahaan yang besar tersebut perusahaan - perusahaan manufaktur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dinamika saham di BEI. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Menurut R. Agus Sartono (2010:122).

Menurut Suyanto (2007:19) Inflasi merupakan salah satu variabel makro yang mempengaruhi *return*. Menurut Nopirin (1987:25) Inflasi adalah proses kenaikan harga-harga umum barang-barang secara terus menerus selama periode tertentu. Kondisi inflasi yang tinggi berpengaruh pada peningkatan harga barang atau bahan baku akan membuat biaya produksi menjadi tinggi sehingga akan berpengaruh pada jumlah permintaan yang berakibat pada penurunan penjualan sehingga dapat mengurangi pendapatan perusahaan dan berdampak negatif terhadap tingkat *return* yang diharapkan. Berdasarkan penjelasan tersebut terdapat dikatakan bahwa selain berpengaruh terhadap *return* saham, inflasi juga berpengaruh terhadap profitabilitas suatu perusahaan. Dengan kata lain kenaikan inflasi dapat menurunkan tingkat profitabilitas dan *return* saham yang diharapkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya.

Penelitian mengenai pengaruh Inflasi terhadap *return* saham sudah beberapa kali dilakukan. Contohnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Rahayu (2003) dan Prihatini (2009) bahwa inflasi berpengaruh negatif sedangkan menurut Hardiningsih *et. al.* (2002) dan Suyanto (2007) menyatakan bahwa inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap *return* saham sudah beberapa kali dilakukan. Contohnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Contohnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Natarsyah (2002) menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap *return* saham. Sedangkan menurut Bachri (1997) serta Auliyah dan Hamzah (2006) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

Berdasarkan rata - rata Inflasi, Profitabilitas (ROE) dan *Return* Saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 - 2019 dijelaskan bahwa rata - rata variabel Inflasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami fluktuasi dari

tahun 2017 – 2019. Tahun 2017 mengalami kenaikan nilai sebesar 3,61% atau turun 0,195% dari tahun 2016, tahun 2018 mengalami penurunan dengan nilai sebesar 3,13% atau -0,133%, di tahun 2019 mengalami penurunan nilai kembali sebesar 2,72% atau -0,131%. Untuk rata – rata Profitabilitas (ROE) mengalami fluktuasi kembali dari tahun 2017 – 2019. Tahun 2017 mengalami penurunan dengan nilai 1,57 atau 2,24% dari tahun 2016, tahun 2018 kembali mengalami penurunan dengan nilai 1,49 atau 4,74% dari tahun 2017, tahun 2019 mengalami kenaikan dengan nilai 1,46 atau 7,47% dari tahun 2018. *Return Saham* pada Perusahaan Manufaktur pada sektor Barang Konsumsi dari tahun 2017 - 2019 mengalami fluktuasi *Return Saham* di setiap tahunnya. Tahun 2017 mengalami kenaikan dengan nilai 102.702 atau 0,241% dari tahun 2016, tahun 2018 mengalami kenaikan nilai sebesar 105.699 atau 0,029% dari tahun 2017, tahun 2019 mengalami penurunan nilai sebesar 75.834 atau -0,283% dari tahun 2018.

Dengan perusahaan memutuskan berinvestasi pada pasar saham maka akan terjadi dua kemungkinan return yaitu jika untung mendapatkan *capital gain* tetapi jika rugi mendapatkan *capital loss*. Maka dari itu harus dilihat *trend return* saham itu sendiri apakah memberikan *capital gain*

yang menarik atau sebaliknya memberikan *capital loss*.

## 2. Rumusan Masalah

Apakah Inflasi dan Profitabilitas berpengaruh terhadap *Return Saham* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

## 3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inflasi dan Profitabilitas terhadap *Return Saham* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

## 4. Tinjauan Pustaka

### Teori Sinyal (*Signaling theory*)

Teori sinyal mengemukakan tentang pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi menyajikan keterangan catatan dan gambaran masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi perusahaan dan pasar modal. Informasi yang lengkap dan relevan serta akurat dan tepat waktu diperlukan investor pasar modal sebagai alat untuk menganalisis sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi. (Jogiyanto, 2013:392).

### *Return Saham*

*Return* saham adalah tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya

(Robert Ang, 2001). Dalam teori pasar modal, tingkat pengembalian yang diterima oleh seorang investor dari saham yang diperdagangkan di pasar modal (saham perusahaan *go public*) biasa diistilahkan dengan return. Dalam pasar saham tidak selalu menjanjikan suatu return yang pasti bagi investor. Namun beberapa komponen return saham yang memungkinkan pemodal meraih keuntungan adalah *dividen*, saham bonus, dan *capital gain*.

### **Perusahaan Manufaktur**

Perusahaan yang bergerak di industri perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual berbagai barang mentah atau bahan baku dan bahan setengah jadi menjadi barang jadi. Industri manufaktur menurut para ahli adalah industri yang kegiatan utamanya adalah mengubah bahan baku, komponen, atau bagian lainnya menjadi barang jadi yang memenuhi standar spesifikasi. Industri manufaktur pada umumnya mampu memproduksi dalam skala besar. Industri manufaktur adalah industri pengolahan, yaitu suatu usaha yang mengolah atau mengubah bahan mentah menjadi barang jadi ataupun barang setengah jadi yang mempunyai nilai tambah, yang dilakukan secara mekanis dengan mesin, ataupun tanpa menggunakan mesin (BPS: 2008).

### **Inflasi**

Inflasi secara umum merupakan naiknya harga – harga barang dan jasa di suatu negara dalam jangka waktu Panjang atau berkelanjutan yang disebabkan oleh ketidak seimbangan antara ketersediaan barang dan uang. Penyebab terjadinya inflasi yaitu meningkatnya permintaan yang dimana permintaan barang dan jasa tertentu yang semakin tinggi yang dapat menyebabkan ketidak seimbangan inflasi, peningkatan atas barang dan jasa dapat menyebabkan biaya produksi ikut mengalami kenaikan, selain itu penyebabnya terjadinya inflasi dikarenakan tingginya peredaran uang di masyarakat.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan dipertimbangkan satu dengan lainnya. Menurut R. Agus Sartono (2010:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

### **5. Hipotesis**

H1 = Inflasi berpengaruh negatif terhadap *Return Saham*.

H2 = *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap *return saham*.

## 6. Metode Penelitian

### A. Inflasi (X1)

Tingkatan inflasi yang tinggi biasanya dikaitkan dengan kondisi ekonomi yang terlalu panas (*overheated*). Dimana kondisi ekonomi yang mengalami permintaan atas produk yang melebihi kapasitas penawaran produk, sehingga harga – harga cenderung mengalami kenaikan. Dengan begitu inflasi yang tinggi juga bisa mengurangi tingkat pendapatan riil yang diperoleh investor dari investasinya (Tandelilin, 2010:342).

$$INF_n = \frac{IHK_n - IHK_{n-1}}{HK_{n-1}} \times 100\%.$$

### B. Profitabilitas (X2)

Menurut Agus Sartono (2010:122) definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini.

$$ROE = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total equity}} \times 100\%$$

Tempat penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Objek dalam penelitian ini meliputi Inflasi dan Profitabilitas (ROE) terhadap *Return Saham* pada perusahaan manufaktur yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017 – 2019.

Penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel, yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Return Saham* (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Inflasi (X1) dan Profitabilitas (X2).

Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi non-partisipasi. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan audit pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019. Jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan manufaktur yang menjadi sampel selama periode pengamatan tahun 2017-2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur pada sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sejumlah 10 perusahaan manufaktur pada sektor barang konsumsi yang menggunakan teknik pengambilan sampel *random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini



adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji model fit (uji F), uji koefisien determinasi (R2), dan uji t.

## 7. Hasil dan Pembahasan.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Inflasi (X1) dan Profitabilitas (X2) terhadap *Return* Saham (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Maka dapat dibuat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{INF}_n + \beta_2 \text{ROE} + \epsilon$$

$$Y = 0,255 + -1,107 + -0,991 + \epsilon$$

**Tabel 1**

### Analisi Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	,255	,083		3,078	,005
Inflasi	-1,107	,213	-,675	-5,199	,000
Profitabilitas	,991	,367	,351	2,701	,012

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 0,255 berarti bahwa apabila Inflasi dan Profitabilitas dianggap konstan atau nol, maka *return* saham bernilai sebesar 0,255.
- 2) Nilai koefisien regresi Inflasi (X1) sebesar -1,107 (negatif) artinya jika nilai

Inflasi meningkat, maka *return* saham akan menurun.

- 3) Nilai koefisien regresi Profitabilitas (X2) sebesar 0,991 (positif) artinya jika nilai Profitabilitas meningkat, maka *return* saham akan meningkat.

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Uji *Statistik Kolmogorov Smirnov Test* dengan melihat tingkat signifikansinya untuk mengetahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Residual dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* > 0,05 dan jika sebaliknya < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 2**

### Uji Normalitas

#### Lampiran One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,17823126
		,207
Most Extreme Differences	Absolute	,207
	Positive	-,122
	Negative	1,135
Kolmogorov-Smirnov ZAsymp.		,152
Sig. (2-tailed)		

Berdasarkan hasil uji normalitas tersebut menunjukkan hasil uji normalitas sebesar

1,135 dengan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,152. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa data yang digunakan dalam persamaan regresi merupakan data yang berdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,152 > 0,05 (5%), sehingga data dalam penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2005). Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya. Ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance. Regresi yang terbebas dari problem multikolinearitas apabila  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance* > 0,10 maka data tersebut tidak ada multikolinearitas (Ghozali, 2005).

**Tabel 3**

### Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
Inflasi	-,651	-,707	-,674	,995	1,005
Profitabilitas	,304	,461	,350	,995	1,005

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel Inflasi bernilai 0,995 dan variabel Profitabilitas bernilai 0,995 dimana kedua variabel tersebut bernilai > 0,10, sementara itu nilai koefisien VIF dari variabel Inflasi dan Profitabilitas tersebut sama-sama bernilai 1,005 dimana kedua variabel tersebut bernilai < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan penggunaan pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2013:110). Konsekuensi dari adanya autokorelasi dalam model regresi adalah varian sampel tidak dapat menggambarkan varian populasinya.

Untuk mengetahui adanya autokorelasi atau tidak, dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji *Durbin Watson*. Menurut Ghozali, Imam (2013:111) dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai  $du < dw < 4du$  maka tidak ada autokorelasi positif atau negatif dengan keterangan bahwa  $du$  adalah nilai batas atas dari nilai  $dw$ , dan  $dw$  adalah nilai dari hasil uji *Durbin-Watson*.

**Tabel 4**

### Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai DW (*Durbin Watson*) sebesar 1,705. Dimana nilai *du* (*Durbin Upper*) dalam penelitian ini adalah  $du = 1,6413$ ,  $DW = 1,705$ , dan  $(4-dU) = 2,3587$ . Sehingga diperoleh hasil  $1,6413 < 1,705 < 2,3587$ . Hasil ini membuktikan bahwa model regresi yang disusun tidak terjadi autokorelasi.

**d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji Glejser. Menurut Ghozali (2005) jika pengaruh variabel independen terhadap nilai regresi *absolute* tersebut signifikan (dibawah tingkat signifikansi atau  $\alpha$ ), maka terdapat heteroskedastisitas.

**Tabel 5**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	,109	,072		1,504	,144
Inflasi	,104	,163	,123	,637	,529
Profitabilitas	,073	,330	,043	,221	,827

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diperoleh nilai signifikan sebesar 0,529 untuk variabel Inflasi dan 0,827 untuk variabel Profitabilitas. Nilai signifikansi semua variabel lebih besar dari nilai  $\alpha$  5% (0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Uji Model Fit ( Uji F )**

Pengujian ini dilakukan untuk menguji signifikansi secara serempak atau bersama semua variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu jika probabilitas  $\leq 0,05$  semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:99)

**Tabel 6**  
**Uji Model Fit (Uji F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Berdasarkan hasil uji model fit (uji F) dapat dilihat bahwa nilai *Sig. F* sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini bisa disimpulkan bahwa secara simultan Inflasi dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

(BEI) dan model regresi yang diestimasi telah lulus uji kelayakan model.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai R<sup>2</sup> digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai adjusted R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2005).

**Tabel 7**

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Model Summary

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel bebas dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0,546. Hal ini berarti sebesar 54,6% variabel *return* saham dapat dijelaskan oleh variabel Inflasi dan Profitabilitas, sedangkan sisanya sebesar 45,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

### Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terkait digunakan tingkat signifikan 5% (Ghozali, 2005).

**Tabel 8**

### Uji t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,255	,083		3,078	,005
Inflasi	-1,107	,213	-,675	-5,199	,000
Profitabilitas	,991	,367	,351	2,701	,012

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

a) Inflasi memiliki nilai koefisien sebesar -1,107 (negatif) dan nilai Sig. t sebesar 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b) Profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 0,991 (positif) dan nilai sig. t sebesar 0,012 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 (0,012 < 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan

signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

## 8. Pembahasan Hasil Penelitian

### **Pengaruh Inflasi terhadap *Return* Saham**

Hasil analisis regresi untuk Inflasi diketahui bahwa koefisien regresi bernilai negatif sebesar -1,107. Hasil uji t untuk variabel Inflasi diperoleh sebesar 5,199 dengan tingkat signifikan lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan yang ditetapkan yaitu  $\alpha 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa Inflasi berpengaruh negatif terhadap *Return* Saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Dengan kata lain H1 dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa Inflasi dapat menjadi tolak ukur bagi para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang diinginkan untuk melakukan investasi. Menurut (Purnomo dan Widyawati, 2013) Tingginya inflasi akan mendorong harga bahan bangunan menjadi semakin mahal, menyebabkan tingginya biaya produksi yang harus ditanggung oleh perusahaan. Penurunan daya beli dan biaya produksi yang tinggi secara tidak langsung akan mempengaruhi kondisi pasar modal. Investor tidak akan tertarik

untuk menanamkan modalnya dan permintaan terhadap saham khususnya saham properti dan real estate menjadi turun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Rahayu (2003) dan Prihatini (2009) bahwa inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return* saham.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap *Return* Saham**

Hasil regresi untuk Profitabilitas (ROE) diketahui bahwa koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,991. Hasil uji t untuk variabel profitabilitas (ROE) diperoleh nilai sebesar 0,012 dengan tingkat signifikan lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan yang ditetapkan yaitu  $\alpha 0,05$  ( $0,012 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). H2 dalam penelitian ini diterima.

Informasi tentang penilaian kinerja keuangan salah satunya memuat adanya *Return On Equity* (ROE), dimana ROE merupakan seberapa besar perusahaan mampu menghasilkan laba atas modal saham sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ismail Ishan

(2013) dan Dimitrios Maditinos, Ljko S, et al (2009) menunjukkan bahwa meningkatnya *Return On Equity* (ROE) akan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *return* saham perusahaan. Informasi *Return On Equity* (ROE) yang dipublikasikan oleh perusahaan atau emiten dijadikan sinyal yang positif sehingga permintaan akan saham perusahaan meningkat, dan menjadikan *Return Saham* pada perusahaan juga mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natarsyah (2002) menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap *return* saham.

## 9. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Inflasi dan Profitabilitas (ROE) terhadap *Return Saham* pada perusahaan manufaktur. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap kedua hipotesis yang telah di uji menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1) Inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Return Saham*. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi bernilai negatif sebesar -1,107. Hasil uji

t untuk variabel Inflasi diperoleh sebesar -5,199 dengan tingkat signifikan lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan yang ditetapkan yaitu  $\alpha 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

2) Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return Saham*. Hal ini dibuktikan dari koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,991. Hasil uji t untuk variabel profitabilitas (ROE) diperoleh nilai sebesar 0,012 dengan tingkat signifikan lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan yang ditetapkan yaitu  $\alpha 0,05$  ( $0,012 < 0,05$ ).

## Daftar Rujukan

- Made Ayu Desy Geriadi, I Gusti Bagus Wiksuana (2017) pengaruh inflasi terhadap *return* saham pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di bursa efek indonesia (risiko sistematis dan profitabilitas sebagai variabel mediasi)
- Tri Gunawan (2012) pengaruh rasio camel, inflasi dan nilai tukar terhadap *return* saham
- Awaluddin (2011) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Return Saham* Dengan Inflasi Sebagai

- Variabel Moderasi pada perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005 – 2009
- Dika dan Sudiarta (2016) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan Penilaian Pasar Terhadap *Return* Saham Perusahaan Manufaktur
- Ulupui dengan judul (2007) “Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas dan Profitabilitas Terhadap *Return Saham* (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman dengan Kategori Industri Barang Konsumsi Di BEI
- Geriadi dan Wiksuana (2017) dengan judul “Pengaruh Inflasi Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Risiko Sistematis dan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi)
- Mariani, Fridayana dan Yuliantihini (2016) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan *Lverage* Terhadap *Return Saham* pada Perusahaan *Food* dan *Baverage* yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014
- Ruspiondang Rhenata Ignatia Manurung (2015) analisis pengaruh likuiditas, profitabilitas, *leverage* dan aktivitas terhadap *return* saham
- Annisa Yuliandari (2016) pengaruh variabel terhadap tingkat inflasi di ASEAN, periode 2000-2014
- I Gede Putra Adyatmika dan I Gusti Bagus Wiksuana (2018) pengaruh inflasi dan *leverage* terhadap profitabilitas dan *return* saham pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia
- RM Gian Ismoyo kusumo (2011) analisis pengaruh rasio keuangan terhadap *return* saham pada perusahaan *non bank* LQ45
- Natarsyah (2002) analisis pengaruh faktor fundamental dan resiko sistematis terhadap harga saham
- Awaluddin zakky (2011) pengaruh profitabilitas terhadap return saham dengan inflasi sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia tahun 2005-2009
- Gunartha (2016) Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan ukuran Perusahaan Terhadap *Reurn* Saham Perusahaan Farmasi Di BEI

Titis Sosro Triraharjo, Agus Rahman Alamsyah, Theresia Pradiani (2019) Analisis Pengaruh Faktor Profitabilitas dan Inflasi Terhadap *Return* Saham pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Surya Pratama dan Agung Idawati (2019) Pengaruh Rasio Keuangan terhadap *Return* Saham Pada perusahaan Pertanian di Bursa Efek Indonesia.

Rona Tumiur Mauli (2019) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap *Return* Saham Perusahaan Pertambangan.



**PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU, KARAKTERISTIK  
PEKERJAAN, DAN KARAKTERISTIK SITUASI KERJA TERHADAP  
KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT. ASTA MOTOR PERKASA  
DEALER UTAMA KYMCO BALI**

**I Made Gowinda Jaya Sapta<sup>1</sup>, Ida Bagus Made Widiadnya<sup>2</sup>, Sapta Rini  
Widyawati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email : [gowindajayasapta2102@gmail.com](mailto:gowindajayasapta2102@gmail.com)

**ABSTRAK**

Keberhasilan sebuah perusahaan tidak terlepas dari sumber daya manusia yang ada di perusahaan tersebut. Faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan kerja karyawan. sebab kepuasan kerja karyawan akan sangat berpengaruh pada perkembangan perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis dan menjelaskan pengaruh karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, karakteristik situasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan pada PT Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah sensus, dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis regresi linier berganda. Selain itu dalam penelitian ini juga dilakukan analisis statistik deskriptif serta uji asumsi klasik yang meliputi uji asumsi normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 3,320 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 ( $0,003 < 0,050$ ), karakteristik pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,172 dengan nilai signifikan sebesar 0,039 ( $0,039 < 0,050$ ), karakteristik situasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dibuktikan dari nilai t hitung 2,199 dengan nilai signifikansi 0,037 ( $0,037 < 0,050$ ).

**Kata Kunci** : karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, karakteristik situasi kerja, kepuasan kerja

**ABSTRACT**

The success of a company cannot be separated from the human resources in the company. An important factor that needs to be considered by the company is employee job satisfaction because employee job satisfaction will greatly affect the development of the company. The purpose of this study is to analyze and explain the influence of individual characteristics, job characteristics, characteristics of work situations on employee job satisfaction. The population in this study were employees of PT Asta Motor Perkasa Main Dealer Kymco Bali. The sample method used is the census, with the number of respondents as many as 30 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The

data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis technique. In addition, this study also carried out descriptive statistical analysis and classical assumption tests which included tests of normality assumptions, multicollinearity, heteroscedasticity. The results show that individual characteristics have a positive and significant effect on employee job satisfaction, this is evidenced by the t-count value of 3.320 with a significance value of 0.003 ( $0.003 < 0.050$ ), job characteristics have a positive and significant effect on employee job satisfaction as indicated by the t-count value. of 2.172 with a significant value of 0.039 ( $0.039 < 0.050$ ), the characteristics of the work situation have a positive and significant effect on employee job satisfaction as evidenced by the t-count value of 2.199 with a significance value of 0.037 ( $0.037 < 0.050$ ).

**Keywords:** individual characteristics, job characteristics, work situation characteristics, job satisfaction

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini, sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi suatu perusahaan tidak dapat lagi menghindari persaingan dengan perusahaan lain. Suatu perusahaan yang ingin berkembang harus mampu memanfaatkan sumber daya manusia yang telah ada secara optimal. Sumber daya manusia merupakan unsur yang terpenting dalam suatu perusahaan atau organisasi. Sumber Daya manusia adalah salah satu asset yang dimiliki oleh perusahaan paling istimewa yang mempunyai pikiran, perasaan, keinginan, kemampuan, ketrampilan, pengetahuan dan lain sebagainya.

Sumber daya manusia adalah harta atau asset paling penting yang dimiliki oleh suatu organisasi, karena keberhasilan organisasi ditentukan oleh manusia (Ardana,dkk., 2012:3). Fenomena pengangguran, pemutusan hubungan kerja, demonstrasi dan unjuk rasa merupakan masalah kondisi ketenagakerjaan di Indonesia yang masih sering terjadi. Fenomena tersebut merupakan akibat dari ketidakpuasan dalam berbagai faktor seperti ketidaksesuaian dalam pemberian

kompensasi, upah, tunjangan, rewards dan ketidaksesuaian prosedur-prosedur kerja dengan kebijaksanaan perusahaan (Irawan, 2012).

Rivai (2011:29) menyatakan sumber daya manusia merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian pelaksanaan, pengendalian. Mencapai tujuan dari perusahaan diperlukan kualitas sumber daya manusia yang handal dan berkualitas, guna mendapatkan hasil yang diharapkan oleh setiap perusahaan. Hasibuan (2012:10) menyatakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah ilmu seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan kerja karyawan. Sebab dengan adanya kepuasan kerja akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Menurut George dan Jones (dalam Priansa, 2014) menyatakan kepuasan kerja merupakan sekumpulan perasaan, keyakinan, dan pikiran tentang bagaimana respon seseorang terhadap pekerjaannya. Rasa kepuasan kerja sangat mempengaruhi

karyawan dalam melaksanakan tugas-tugasnya di perusahaan (Khahan,2013). Kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya.

Menurut Hasibuan, (2006:202) dalam Sari (2020:2). Handoko (2013:193) dalam Abdurrahim, dkk (2017) mendefinisikan bahwa kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mewakili perasaan negatif dan positif dari persepsi karyawan terhadap pekerjaan yang dihadapinya, yaitu suatu perasaan untuk berprestasi dan meraih kesuksesan di dalam pekerjaannya (Aziri,2011).

Rendahnya kepuasan kerja karyawan merupakan salah satu gejala yang merusak kondisi dalam suatu perusahaan (Michael and Viswanath,2010). Secara umum, rendahnya kepuasan kerja karyawan ini biasanya terlihat dari berbagai aspek. Mohammad (2013) mengartikan karyawan yang mengalami ketidakpuasan daam bekerja biasanya memunculkan perilaku hilangnya gairah kerja (*burnout*), yang diartikan oleh (Reva *et al.*, 2004) sebagai usaha karyawan untuk meminimalisasikan hubungan atau kontak mereka dengan pekerjaannya. Bentuk hilangnya gairah kerja sebagai berikut: menggunakan waktu kerja untuk kepentingan pribadi, memanjangkan waktu istirahat, datang terlambat, *absenteeism*, dan pensiun dini.

Unsur yang paling dibutuhkan dalam dunia kerja adalah pembentukan karakteristik individu karena pembentukan karakteristik merupakan pikiran yang terdapat seluruh program yang terbentuk dari pengalaman hidupnya (karyawan) merupakan pelopor segalanya. Program ini

kemudian membentuk system kepercayaan yang akhirnya dapat membentuk pola berpikirnya yang bisa mempengaruhi perilakunya (Emin, 2007). Menurut Robbins (2012:21) individu yang merencanakan dan organisasi yang mengarahkan, karakteristik individu yang tercemin dari ketrampilan, usia, jenis kelamin, status perkawinan, masa kerja, keturunan, lingkungan sosial, pengalaman, dan nilai. Karakteristik individu adalah minat, sikap terhadap diri sendiri, pekerjaan, dan situasi pekerjaan, kebutuhan individual, kemampuan atau kompetensi, pengetahuan tentang pekerjaan dan emosi, suasana hati, perasaan keyakinan dan nilai nilai (Ardana dkk., 2012:31).

Variabel lain yang memiliki hubungan dengan kepuasan kerja karyawan Menurut Winarno (2005) adalah karakteristik pekerjaan yang merupakan sifat dari tugas yang meliputi tanggung jawab, berbagai macam tugas, dan tingkat kepuasan yang diperoleh dari pekerjaan itu sendiri. Luthans (2006:118) menjelaskan karakteristik pekerjaan seperti memberi kesempatan untuk menggunakan kemampuan dan keterampilannya, kebebasan, dan umpan balik membuat karyawan lebih menyukai pekerjaannya dan tidak menimbulkan kebosanan. Marek and Jakub (2008) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa permasalahan karakteristik pekerjaan akan membawa kearah ketidakpuasan kerja karyawan sebagai kelelahan psikologis.

Kelelahan psikologis ini mempunyai ciri-ciri antara lain: hilangnya minat terhadap pekerjaan, menurunnya semangat kerja, adanya ketidakpuasan dalam bekerja dan keinginan untuk mencapai tujuan berkurang. Gonul and Gokce (2014) menambahkan ketidakpuasan kerja

ditimbulkan oleh pekerjaan yang berulang-ulang dan senada sehingga mengakibatkan minat karyawan dan energi bekerja menurun.

Variabel yang memiliki hubungan dengan kepuasan kerja karyawan adalah situasi kerja. Karakteristik situasi kerja merupakan variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan. Karakteristik situasi kerja sebagai faktor yang ada dalam lingkungan kerja seseorang sebagai karyawan. Karakteristik situasi kerja menurut Stoner (1989:431) di klasifikasikan menjadi 2 yaitu lingkungan kerja langsung (*immediate work environment*) dan tindakan organisasi (*organizational action*). Lingkungan kerja langsung dibagi menjadi dua komponen, yaitu rekan kerja (*peers*) dan pimpinan. Tindakan organisasi (*organizational actions*) dibagi menjadi dua komponen, yaitu : *reward practices* dan budaya organisasi (Stoner, 1989:431). Ketiga karakteristik ini memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan, dimana kepuasan kerja merupakan variabel sikap (*attitude*), yang berkaitan dengan perasaan karyawan terhadap pekerjaan (Widyaningrum, 2010). Kepuasan kerja seseorang ditentukan oleh perbedaan antara semua yang diharapkan dengan semua yang dirasakan dari pekerjaan yang diterimanya secara actual (Pareke dan Suryana, 2009).

Dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hariyadi (2011) penelitian menunjukkan kepuasan kerja yang dipengaruhi oleh variabel karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karakteristik situasi kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Mahayanti, dkk. (2017) karakteristik individu

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, karakteristik pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, karakteristik situasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Penelitian juga dilakukan oleh Pratiwi, (2019) variabel karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan situasi kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Sari, (2020) karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, dan karakteristik situasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Sedangkan hasil penelitian lain Wijono (2002) Menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik pekerjaan dan kepuasan kerja supervisor pasaraya di semarang. Sependapat dengan Wijono (2002) Aloysius (2011) juga menyatakan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara karakteristik pekerjaan dan kepuasan kerja pada staff bank tingkat bawah.

Untuk itu penelitian pada aspek aspek yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan seperti karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karakteristik situasi kerja, dan karakteristik situasi kerja penting untuk dilakukan di PT. Asta Motor Perkasa.

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh karakteristik individu terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh karakteristik pekerjaan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali.

- 3) Untuk mengetahui pengaruh karakteristik situasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali.

## II. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Landasan Teori

#### 1) Teori Dua Faktor (*Two factors theory*)

Teori dua faktor juga dikenal sebagai teori motivasi Herzberg atau teori *hygiene-motivation*. Teori ini dikembangkan oleh Herzberg (1959), seorang psikolog asal Amerika Serikat. Herzberg mengemukakan teori motivasi berdasar teori dua faktor yaitu faktor *hygiene* dan *motivation* serta membagi kebutuhan Maslow menjadi dua bagian yaitu kebutuhan tingkat rendah (fisik, rasa aman, dan sosial) dan kebutuhan tingkat tinggi (prestise dan aktualisasi diri) serta mengemukakan bahwa cara terbaik untuk memotivasi individu adalah dengan memenuhi kebutuhan tingkat tingginya.

#### 2) Karakteristik Individu

Karakteristik individu adalah minat, sikap terhadap diri sendiri, pekerjaan, dan situasi pekerjaan, kebutuhan individual, kemampuan atau kompetensi, pengetahuan tentang pekerjaan dan emosi, suasana hati, perasaan keyakinan dan nilai nilai (Ardana dkk., 2012:31). Karakteristik individu meliputi kemampuan, nilai, sikap, dan minat (Arief, 2009). Thoha (2012:35), Menyatakan bahwa indikator karakteristik individu meliputi:

- 1) Kemampuan
- 2) Kebutuhan
- 3) Kepercayaan
- 4) Pengalaman
- 5) Pengharapan

#### 3) Karakteristik Pekerjaan

Menurut Stoner (1989:431) karakteristik pekerjaan adalah atribut tugas karyawan dan meliputi jumlah tanggung jawab, berbagai tugas, dan sejauh mana

pekerjaan itu sendiri mempunyai karakteristik yang orang mendapatkan kepuasan.

- 1) Keragaman ketrampilan (*skill variety*)
- 2) Identitas tugas (*task identity*)
- 3) Arti tugas (*task significance*)
- 4) Otonomi (*autonomy*)
- 5) Umpan balik (*feedback*)

#### 4) Karakteristik Situasi Kerja

Situasi kerja merupakan hasil persepsi karyawan tentang berbagai aspek lingkungan kerjanya, yang akan mempengaruhi perilaku mereka, serta didalam situasi kerja. Sering digambarkan sebagai daya organisasi atau organization culture, psychological climate, dan company personality (Gilmer dan Sumantri, 2001) dalam Sari, (2020:13). Riefka (2012), menjelaskan indikator-indikator untuk mengukur karakteristik situasi kerja yaitu:

- 1) Keadaan Lingkungan
- 2) Rekan Kerja
- 3) Jaminan Kerja

#### 5) Kepuasan Kerja

Menurut Handoko (2007:193) kepuasan kerja adalah pandangan karyawan yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mewakili perasaan negatif dan positif dari persepsi karyawan terhadap pekerjaan yang dihadapinya, yaitu perasaan untuk berprestasi dan meraih kesuksesan dalam pekerjaannya.

Menurut Handoko (2007:193) dalam Sari.,(2020:16) Indikator dari kepuasan kerja adalah sebagai berikut:

- 1) Gaji
- 2) Pekerjaan itu sendiri
- 3) Kemampuan atasan
- 4) Lingkungan Kerja
- 5) Promosi

### **III. KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS**

#### **3.1 Kerangka Berfikir**

Kerangka pemikiran berpijak dari pemikiran dan fenomena yang terjadi serta didukung oleh teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan pemasalahan penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan penyusunan hipotesis, analisis data, pembahasan hasil penelitian dan diperoleh simpulan, keterbatasan dan saran.

#### **3.2 Hipotesis**

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian Sugiyono (2017). Berdasarkan latar belakang dan landasan teori perumusan masalah serta penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Karakteristik Individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Asta Motor Perkasa Main Dealer Kymco Bali.

H2: Karakteristik Pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Asta Motor Perkasa Main Dealer Kymco Bali.

H3: Karakteristik Situasi Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Asta Motor Perkasa Main Dealer Kymco Bali.

### **IV. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Asta Motor Perkasa PT. Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali. Jalan Teuku Umar Barat No.18, Pemecutan Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali 80119. Dengan objek penelitian adalah karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, karakteristik situasi kerja, dan kepuasan kerja karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

karyawan PT. Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali yang berjumlah 30 orang. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah sensus, dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis regresi linier berganda. Selain itu dalam penelitian ini juga dilakukan analisis statistik deskriptif serta uji asumsi klasik yang meliputi uji asumsi normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas. Uji model yaitu koefisien determinasi dan uji-t.

### **V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Hasil**

##### **1) Analisis Regresi Linier Berganda**

Berdasarkan hasil analisis persamaan regresiberganda maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,683 + 0,462 (X_1) + 0,321 (X_2) + 0,376 (X_3)$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

$a = 0,683$  ini berarti bahwa, apabila karakteristik individu ( $X_1$ ), karakteristik pekerjaan ( $X_2$ ) dan karakteristik situasi kerja ( $X_3$ ) tidak mengalami perubahan atau sama dengan 0 (nol) maka kepuasan kerja ( $Y$ ) akan meningkat.

$b_1 = 0,462$  ini berarti peningkatan karakteristik individu ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja ( $Y$ ), hal ini berarti semakin tinggi karakteristik individu semakin tinggi kepuasan kerja.

$b_2 = 0,321$  ini berarti peningkatan karakteristik pekerjaan ( $X_2$ ) berpengaruh

positif terhadap kepuasan kerja (Y), hal ini berarti semakin tinggi karakteristik pekerjaan semakin tinggi kepuasan kerja.

$b_3 = 0,376$  ini berarti peningkatan karakteristik situasi kerja (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja (Y), hal ini berarti semakin tinggi karakteristik situasi semakin tinggi kepuasan kerja.

## 2) Hasil Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ , yang mengindikasikan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

### b) Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

### c) Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas disimpulkan bahwa seluruh variabel karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karakteristik pekerjaan masing masing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,901; 0,982; 0,988;  $> 0,05$ , dinyatakan tidak mengandung heterokedastisitas.

## 3) Uji Model

### a) Koefisien Determinisasi

Berdasarkan hasil analisis statistik diperoleh besarnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,666 atau 66%. Ini menunjukkan karakteristik individu, karakteristik pekerjaan dan karakteristik situasi kerja memberikan kontribusi naik turunnya kepuasan kerja sebesar 66% dan 44% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## b) Uji T (t-test)

### (1) Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Kepuasan Kerja

Hasil statistik uji t untuk variabel karakteristik individu diperoleh nilai t hitung sebesar 3,320 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa “karakteristik individu berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima.

### (2) Pengaruh Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja

Hasil statistik uji t untuk variabel karakteristik pekerjaan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,172 dengan nilai signifikansi sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik pekerjaan berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan, sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima.

### (3) Pengaruh Karakteristik Situasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja

Hasil statistik uji t untuk variabel karakteristik situasi kerja diperoleh nilai t hitung sebesar 2,199 dengan nilai signifikansi sebesar 0,037 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik situasi kerja berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan, sehingga hipotesis ketiga ( $H_3$ ) diterima.

## 5.2 PEMBAHASAN

Adapun pembahasan dari hasil pengujian signifikansi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

### 1) Pengaruh Karakteristik Individu Terhadap Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai sig  $0,003 < 0,050$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima  $b_1 = 0,462$ . Ini berarti bahwa karakteristik individu ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja ( $Y$ ).

## 2) Pengaruh Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai sig  $0,039 < 0,050$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima  $b_2 = 0,321$ . Ini berarti bahwa karakteristik pekerjaan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja ( $Y$ ).

## 3) Pengaruh Karakteristik Situasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai sig  $0,037 > 0,050$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima  $b_3 = 0,376$ . Ini berarti bahwa karakteristik Situasi kerja ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja ( $Y$ ).

## VI. PENUTUP

### 6.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Karakteristik individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali.
- 2) Karakteristik pekerjaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali..
- 3) Karakteristik situasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT Asta Motor Perkasa Dealer Utama Kymco Bali.

### 6.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

- 1) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT Asta Motor Perkasa yang berjumlah 30 orang.
- 2) Penelitian ini hanya meneliti tentang beberapa variabel seperti karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, karakteristik situasi kerja dan pengaruhnya terhadap kepuasan kerja.

### 6.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat mengusulkan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

- 1) Variabel karakteristik individu perlu mendapat perhatian dari segi kemampuan karena mempunyai skor yang paling rendah, Pimpinan sebaiknya harus memperhatikan setiap kemampuan karyawan dalam memberikan pekerjaan, mungkin dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang sesuai dengan beban kerja yang diberikan kepada karyawan.
- 2) Variabel Karakteristik Pekerjaan perusahaan harus lebih meningkatkan otonomi karena mendapat skor yang rendah, perlu ditingkatkan dengan memberikan kebebasan karyawan dalam menjadwalkan pekerjaan itu dan menentukan prosedur yang digunakan dalam menyelesaikan tugas.
- 3) Variabel Karakteristik Situasi Kerja supaya lebih memperhatikan lagi keadaan lingkungan karena mendapat skor yang rendah, perlu ditingkatkan dengan perusahaan harus lingkungan kerjayang nyaman agar tercipta



lingkungan kerja yang kondusif sehingga pekerjaan dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim, H. U. A dan M. S. D. 2017. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap *Turnover Intention* Karyawan Studi Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Mitratama Arthabuana. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. I(2): 1-12.
- Ardana, I Komang., Ni Wayan Mujiati dan I Wayan Mudiarta Utama. 2012. *Manajemen Sumber daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Arief Subyantoro. (2009). Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, Karakteristik Organisasi dan Kepuasan Kerja Pengurus yang Dimediasi oleh Motivasi Kerja (Studi pada pengurus KUD di kabupaten Sleman). *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*. Vol. 11. No. 1, h: 11-19.
- Aziri, B. 2011. Job Satisfaction: A Literature Review. *Management Research and Practice*. 3(4), pp: 77-86.
- George, J and Jones, G. 2002. *Organizational Behavior*. Third Edition. USA: Prencite-Hall Inc.
- Gonul Kaya Ozbaga and Gokce Cicek Ceyhun. 2014. The Impact of Job Characteristics on Burnout; The Mediating Role of Work Family Conflict and the Moderating Role of Job Satisfaction. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*, 3(3): h: 291-309.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012 *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Haji Masagung.
- Irawan, Andy (2012), “Pengaruh Karakteristik Individu dan Karakteristik Kerja terhadap *Organizational Citizenship Behaviors* dengan Kepuasan Kerja sebagai Mediator Pada *Event Organizer* di Surabaya” *Journal Economy And Business* Volume , 1-14 Volume 13 Nomor 3.
- Khahan, N. PhD. 2013. Influence of Job Characteristics and Job Satisfaction Effect Work Adjustment for Entering Labor Market of New Graduates in Thailand. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2):h: 95-103.
- Luthans, Fred. 2006. *Organitaional Behavior*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta: Andi.
- Mahayanti. I Gusti Ayu Komang., Anak Agung Ayu Sriathi. 2017. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, dan Karakteristik Situasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 4, h: 2253-2279.
- Marek Franek and Jakup Vecera. 2008. Personal Characteristics and job

- Satisfaction. *Internasional Journal of Ekonomika A Management*, 4(1): h:63-76
- Michael G. Morris and Viswanath Venkatesh. 2010. *Job Characteristics and Job Satisfaction: Understanding The Role Of Enterprise Resource Planning System Implementation. Journal of MIS Quarterly*, 34(1): h: 143-161.
- Mohammad Soeod dan Mahardika Endang S.A.-2013. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan (Studi pada Karyawan PT. Inti Bara Mandiri Tuban) *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12 (1).
- Pareke, Fahrudin Js dan Popo Suryana. 2009. Hubungan Kausalitas Antara Keadlian Organisasional, Kepuasan Kerja, dan Komitmen Organisasi. *Trikonomika*, 8 (2).
- Pratiwi, Ni Made Dwigita. 2019. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan dan Situasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Prime Plaza Hotel And Suites Sanur Bali. *Skripsi Sumber Daya Manusia*.
- Priansa, Donni Juni. 2014. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabet.
- Riefka Ghezanda, Bambang Swasto Sunuharyo dan Heru Susilo. 2012. Pengaruh Karakteristik Individu dan karakteristik Situasi Kerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Pertamina (Persero) Terminal Bahan Bakar Minyak Malang). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Administrasi Ekonomi.
- Robbins, S. P. dan Timothy A. Judge. 2012. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Ni Kadek Ayu Kencana. 2020. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan, Karakteristik Situasi Kerja, Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Bali Agung Oleh Oleh Khas Bali. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*. h:1-12.
- Stoner, James A.F. dan R. Edward Freeman. 1989. *Management*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Thoha, Miftah. 2012. *Perilaku Organisasi; Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widyaningrum, Mahmudah Enny. 2010. Pengaruh Keadilan Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja, Komitmen dan Organizational Citizenship Behaviour Karyawan (Studi Kasus Di Rumah Sakit Bersalin Pura Raharja Surabaya) Tahun 2009. *Majalah Ekonomi*, pp : 100-118.
- Wijono, S (2002). Hubungan antara Karakteristik Pekerjaan dan Kepuasan Kerja Supervisor Pasaraya Semarang. *Jurnal Psikologi*, 9(1).
- Winarno. 2005. Pengaruh Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan dan Karakteristik Organisasi

Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Terhadap Dosen Universitas Swasta Di Kopertis wilayah V Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Buletin Ekonomi*, 3(3).

## **PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KSP CANDRA SEDANA ASRI GIANYAR**

**Ni Putu Meilina<sup>1</sup>, Nengah landra<sup>2</sup>, Ni Made Dwi Puspitawati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: [putumelliana12@gmail.com](mailto:putumelliana12@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi suatu perusahaan yang dituangkan melalui perencanaan strategis perusahaan. Faktor yang mempengaruhi kinerja adalah gaya kepemimpinan dan stress kerja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan dan stress kerja terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri. Penelitian dilakukan di KSP Candra Sedana Asri yang beralamat di Jalan Pantai Saba Blahbatuh. Objek dari penelitian ini adalah bidang manajemen sumber daya manusia yaitu Gaya Kepemimpinan dan Stres Kerja dan kinerja karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja pada KSP Candra Sedana Asri, dalam penelitian ini seluruh populasinya sebanyak 30 orang pada tahun 2020. Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode sampling jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel yaitu berjumlah 30 sampel. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri Gianyar, dan stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri Gianyar.

*Kata kunci: gaya kepemimpinan, stress kerja, dan kinerja karyawan*

### **ABSTRACT**

*Performance is a description of the level of achievement of the implementation of a program or policy in realizing the goals, objectives, vision, and mission of a company as outlined in the company's strategic planning. Factors that affect performance are leadership style and work stress. The purpose of this study was to determine the effect of leadership style and work stress on employee performance at KSP Candra Sedana Asri. The research was conducted at KSP Candra Sedana Asri which is located at Jalan Pantai Saba Blahbatuh. The object of this research is the field of human resource management, namely Leadership Style and Job Stress and employee performance. The population in this study were all employees who worked at KSP Candra Sedana Asri, in this study the entire population was 30 people in 2020. The sampling method used in this study was the saturated sampling method, where all members of the population were sampled, totaling 30 samples. . The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study are leadership style has a positive and significant effect on employee performance at KSP Candra Sedana*

*Asri Gianyar, and work stress has a negative and significant effect on employee performance at KSP Candra Sedana Asri Gianyar.*

*Keywords: leadership style, work stress, and employee performance*

## 1. PENDAHULUAN

Pada era moderen ini manusia sebagai sumber daya manusia yang memegang peran yang sangat penting untuk kemajuan suatu organisasi. Masalah utama dalam manajemen sumber daya manusia yang patut mendapatkan perhatian ialah kinerja karyawan karena keberhasilan suatu perusahaannya dipengaruhi oleh kinerja karyawan tersebut. Peran sumber daya manusia dalam suatu organisasi adalah penentu yang sangat penting bagi efektifitas dan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Sumber daya manusia merupakan hal terpenting yang dimiliki suatu organisasi, salah satu implikasinya adalah bahwa investasi terpenting yang dilakukan oleh suatu organisasi adalah di bidang sumber daya manusia (Handoko,2016:4). Sumber daya manusia adalah seorang yang mau, siap dan mampu memberikan kontribusi usaha dalam rangka pencapaian tujuan organisasi atau suatu perusahaan. Disamping itu sumber daya manusia juga adalah salah satu elemen masukan atau input yang sama halnya dengan unsur lainnya seperti bahan, modal, mesin, teknologi, dan metode yang mana dengan input tersebut kemudian diubah menjadi proses manajemen yang setelah itu menjadi keluaran atau output berupa jasa atau barang dalam usaha mencapai tujuan perusahaan atau organisasi (Rivai, 2015). Salah satu aspek yang tidak kalah penting untuk dikelola para wirausahawan adalah sumber daya manusia yang dimilikinya. Manusia yang menjadi motor penggerak kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan SDM ini kita kenal dengan manajemen sumber daya manusia (Kasmir, 2016:154).

Keberhasilan suatu perusahaan tidaklah lepas dari kinerja SDM atau karyawannya. SDM memegang peranan yang cukup penting dalam kegiatan perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan. SDM dituntut untuk dapat menjalankan tugas-tugas yang diberikan dengan baik. Oleh karena itu diperlukan penilaian kinerja untuk mengetahui seberapa jauh karyawan mampu berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan karyawan itu sendiri.

Menurut Moehariono (2016) kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi suatu perusahaan yang dituangkan melalui perencanaan strategis perusahaan. Sedangkan Mangkunegara (2015) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya yang sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan tersebut. Kinerja merupakan perilaku kerja karyawan yang tercermin dalam bentuk hasil pada setiap kegiatan organisasi, mengingat pentingnya kinerja bagi kelangsungan hidup organisasi, maka topik ini tidak pernah habis dibahas dalam dunia organisasi sampai saat ini (Aulia, 2017).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah gaya kepemimpinan, semakin baik kepemimpinan dalam sebuah organisasi maka akan meningkatkan kinerja karyawannya (Sudarmanto, 2017). Gaya kepemimpinan adalah kemampuan seseorang pemimpin dalam mengarahkan, mempengaruhi, mendorong dan mengendalikan orang atau bawahan agar

bisa melakukan sesuatu pekerjaan atas kesadarannya dan sukarela dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Irwan (2018) menyatakan gaya kepemimpinan adalah sekumpul ciri yang digunakan pimpinan untuk mempengaruhi bawahan agar sasaran organisasi tercapai. Gaya kepemimpinan adalah prilaku dan strategi , sebagai hasil kombinasi dari falsafah, keterampilan, sikap, sifat, yang sering diterapkan seorang pemimpin ketika ia mencoba mempengaruhi kinerja bawahannya. Sedangkan menurut Hasibuan (2017), menyatakan bahwa gaya kepemimpinann adalah cara seorang pemimpin mempengaruhi perilaku bawahan, agar mau bekerja sama dan bekerja secara produktif untuk mencapai tujuan organisasi.

Hasil penelitian Nurlia (2017), Muizu (2017) dan Diansyah (2016) menunjukkan bahwa Gaya kepemimpinan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Artinya, semakin baik penerapan kepemimpinan maka akan semakin optimal pencapaian kinerja karyawan.

Faktor lain berpengaruh terhadap kinerja adalah setres kerja, menurut (Sunyoto, 2017:42) bahwa setres kerja merupakan sesuatu yang wajar dan dialami oleh siapa aja termasuk karyawan. Setres yang dialami oleh karyawan dapat disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal.(Sunyato, 2018:44) tingkat stress yang berlebihan menyebabkan karyawan dalam kondisi yang tertekan tidak mampu lagi mengatasi tugas yang terlalu padat. Jika karyawan memiliki stres terhadap pekerjaannya maka pekerjaan yang ditargetkan tidak akan selesai pada

waktunya dan akan berpengaruh terhadap perilaku karyawan terhadap nasabah yang ditemui. dan kurangnya komunikasi antara rekan kerja maupun pimpinan yang membuat pekerjaan menjadi terhambat.

Hasil peneliti yang dilakukan oleh Anggarini (2019), Adewi (2018) dan Julvia (2016) juga mengatakan bahwa stres kerja signifikan berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa stres kerja berdampak terhadap kinerja karyawan, dimana semakin tinggi tingkat stres kerja maka kinerja karyawan mengalami penurunan.

KSP Candra Sedana Asri yang bertempat di banjar banda, desa saba, kecamatan blahbatuh, kabupaten gianyar. KSP ini didirikan untuk memberikan kesempatan kepada anggotanya memperoleh pinjam dengan mudah dan ringan bunga. KSP Candra Sedana Asri dibantu oleh 60 orang karyawan dalam menjalankan aktifitas di perusahaan,

Berdasarkan hasil observasi awal maka ditemukan permasalahan, bahwa dengan kinerja yang kurang baik menyebabkan ketidaknyamanan karyawan dalam bekerja, tidak masuk kerja tanpa alasan dan tidak adanya kerja sama dan partisipasi seluruh karyawan dalam memecahkan masalah dan kinerja seorang tenaga kerja sangat berkaitan dengan hasil kerja yang diperoleh terhadap waktu yang diperlukan untuk menghasilkannya. Penurunan kinerja karyawan yang dapat dilihat dari tingkat absensi yang tinggi dalam perusahaan. Data jumlah Absensi KSP Candra Sedana Asri dapat disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Data Jumlah Absensi KSP Candra Sedana Asri**  
**Tahun 2020**

Bulan	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah Hari Kerja/Bulan (hari)	Jumlah Seluruh Hari Kerja (hari/org)	Jumlah Tidak Hadir (hari)	Presentase Tingkat Absensi (%)
-------	-----------------------------	--------------------------------	--------------------------------------	---------------------------	--------------------------------

1	2	3	4 = 2 x 3	5	6 = 5 : 4 x 100%
Januari	30	25	750	13	1.73
Februari	30	23	690	11	1.59
Maret	30	22	660	7	1.06
April	30	24	720	20	2.77
Mei	30	21	630	17	2.69
Juni	30	20	600	19	3.16
Juli	30	26	780	29	3.71
Agustus	30	25	750	28	3.73
September	30	23	690	26	3.76
Oktober	30	25	750	29	3.86
November	30	25	750	23	3.06
Desember	30	22	660	39	5.9
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>281</b>	<b>8.43</b>	<b>227</b>	<b>37.02</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>23.42</b>	<b>702.5</b>	<b>18.91</b>	<b>3.08</b>

Sumber : KSU Candra Sedana Asri

Tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat absensi karyawan cenderung berfluktuasi, dalam persentase tingkat absensi karyawan rata-rata sebesar 3.08%. Menurut Edwin (2017) apabila absensi 0 sampai 2% dianggap baik, 3% sampai 10% dianggap tinggi, diatas 10% dianggap tidak wajar maka sangat perlu perhatian serius dari pihak perusahaan. Ini berarti tingkat absensi di KSP Candra Sedana Asri tergolong tinggi, hal ini juga terjadi karena karyawan bekerja dengan aturan yang terlalu kompleks seperti pimpinan memberikan pengawasan/pemantauan yang terlalu ketat dan peraturan yang terlalu kaku, tujuannya memang baik agar terciptanya sikap disiplin dan tertib untuk karyawan kurang beroprasi dalam bekerja sehingga menyebabkan kinerja menurun.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada karyawan KSP Candra Sedana Asri. Pernyataan dari karyawan KSP Candra Sedana Asri menunjukkan adanya permasalahan yang terkait dengan gaya kepemimpinan yang kurang baik. sehingga karyawan merasa kurang nyaman dalam bekerja dan berdampak pada hasil kinerja karyawan. Kurangnya peranan pemimpin dalam menciptakan komunikasi yang humoris serta memberikan pembinaan karyawan,

akan menyebabkan tingkat kinerja karyawan rendah. demikian halnya dengan stres kerja banyak karyawan yang mengalami stres bekerja Ditambah saat ini banyak perusahaan yang melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terkait dengan mewabahnya virus corona (COVID-19) yang mengakibatkan banyak perusahaan mengalami kerugian sehingga harus merumahkan sebagian atau bahkan seluruh karyawannya. Melihat kondisi yang demikian, para karyawan KSP Candra Sedana Asri yang masih memiliki kesempatan untuk tetap bekerja, tetapi dengan jam kerja yang membuat stres dan beban kerja yang tinggi kemudian dihadapkan pada pilihan untuk tetap bertahan dibawah gaya kepemimpinan yang menurut mereka tidak jelas. Hal ini dapat mengakibatkan stres karena di satu sisi mereka harus mempertahankan sumber penghasilannya demi kehidupan keluarga. Disinilah gaya kepemimpinan diperlukan sebagai cara yang dilakukan seorang pemimpin dalam mempengaruhi perilaku maupun pikiran bawahannya tersebut sehingga mampu menjalankan tugasnya dalam usaha mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang terjadi maka peneliti tertarik untuk meneliti "Pengaruh

Gaya Kepemimpinan dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada KSP Candra Sedana Asri”.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Pustaka

#### 1) Teori Servant

Servant leadership atau kepemimpinan pelayan adalah konsep kepemimpinan etis yang diperkenalkan oleh Robert K. Greenleaf (1904-1990) pada tahun 1970 dengan bukunya yang berjudul *The Servant as Leader*. Greenleaf adalah Vice President American Telephone and Telegraph Company (AT&T). Tujuan utama penelitian dan pengamatan Greenleaf akan kepemimpinan pelayan adalah untuk membangun suatu kondisi masyarakat yang lebih baik dan lebih peduli.

#### 2) Gaya Kepemimpinan

Gaya kepemimpinana merupakan suatu cara pemimpin untuk mempengaruhi bawahannya yang dinyatakan dalam bentuk pola tingkah laku atau kepribadian. Menurut Irawan (2018) bahwa gaya kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba memengaruhi perilaku orang lain seperti yang ia lihat. Hasibuan (2015) menyatakan bahwa gaya kepemimpinana adalah sekumpulan cirri yang digunakan pimpinan untuk memengaruhi bawahannya agar sasaran organisasi tercapai atau dapat pula dikatakan bahwa gaya kepemimpinan adalah pola perilaku dan strategi yang disukai dengan sering diterapkan oleh seorang pemimpin. Rahayu (2017:2), dalam melaksanakan aktivitas pemimpin ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya kepemimpinan, yaitu:

- a. Kepribadian (personality)
- b. Harapan dan perilaku atasan
- c. Karakteristik
- d. Kebutuhan tugas
- e. Iklim dan kebijakan organisasi mempengaruhi harapan dan perilaku bawahan.
- f. Harapan dan perilaku rekan.

#### 3) Stres Kerja

Menurut Anoraga (2015:108), stress kerja adalah suatu bentuk tanggapan seorang, baik fisik maupun mental terhadap suatu perubahan di lingkungannya yang dirasakan mengganggu dan mengakibatkan dirinya terancam. Setiap aspek di pekerjaan dapat menjadi pembangkit stres. Tenaga kerja yang menentukan sejauh mana situasi yang dihadapi merupakan situasi stress atau tidak. Karyawan dalam interaksinya dipekerjaan, dipengaruhi pula oleh hasil interaksi di tempat lain, di rumah, di sekolah, di perkumpulan, dan sebagainya (Sunyoto, 2015). Menurut Greenberg (2016:231), ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi stress kerja, yaitu :

1. Faktor stres kerja yang bersumber pada pekerjaan antara lain :
  - a. Sumber intrinsik pada pekerjaan
  - b. Peran di dalam organisasi
  - c. Perkembangan karir
  - d. Hubungan relasi di tempat kerja
  - e. Struktur organisasi dan iklim kerja
2. Faktor stres kerja yang bersumber pada karakteristik individu, antara lain :
  - a. Tingkat kecemasan



- b. Tingkat neurotisme individu
  - c. Toleransi terhadap hal yang ambiguitas/ ketidakjelasan
3. Faktor stres kerja yang bersumber di luar organisasi, yaitu meliputi :
- a. Masalah – masalah dalam keluarga
  - b. Peristiwa krisis dalam kehidupan
  - c. Kesulitan secara finansial

#### 4) Kinerja Karyawan

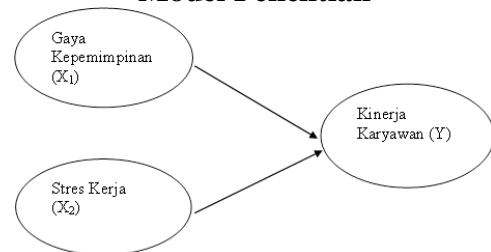
Kinerja karyawan adalah apa yang telah dihasilkan oleh individu karyawan. Selain itu kinerja juga dapat diartikan dengan adanya kemampuan dan perbuatan dalam situasi tertentu, sehingga kinerja tersebut merupakan hasil keterkaitan antara usaha, kemampuan dan persepsi tugas. Menurut Afandi (2018:83) Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara illegal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. Menurut Rivai (2017:138) menyatakan: “Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran maupun kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu telah disepakati bersama”. Menurut Robbins (2015), faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja karyawan dipengaruhi oleh sejumlah faktor antara lain:

- a. Dasar-dasar perilaku individu yang meliputi karakteristik biografis, kemampuan dan pembelajaran.
- b. Nilai, sikap dan kepuasan kerja.
- c. Komitmen
- d. Persepsi dan pengambilan keputusan individu.
- e. Motivasi.

### 3. KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

#### 3.1 Kerangka Konseptual

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



Sumber: Thoha (2016), Soesmalijiah (2017), Hasibuan (2015)

#### 3.2 Hipotesis

##### 1) Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan

Tercapainya kinerja karyawan yang tinggi akan tergantung dari dari beberapa hal seperti gaya kepemimpinan yang baik dan pembagian kerja yang mudah dipahami oleh bawahannya (Dessler, 2015). Pernyataan tersebut didukung hasil penelitian Nurlia (2017) menunjukkan bahwa Gaya kepemimpinan secara positif berpengaruh langsung terhadap kinerja karyawan dan Muizu (2017) menyatakan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh secara positif, Demikian juga penelitian yang dilakukan Diansyah (2016) menunjukkan bahwa Gaya kepemimpinan berpengaruh secara positif terhadap kinerja karyawan. Artinya, semakin baik penerapan

kepemimpinan maka akan semakin optimal pencapaian kinerja karyawan, Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H1:** Gaya kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan KSP Candra Sedana Asri

## 2) Pengaruh stres kerja terhadap kinerja Karyawan

Stres yang tidak diatasi pasti berpengaruh terhadap kinerja, tetapi pada tingkat tertentu stres dalam bekerja itu perlu, karyawan akan merasakan di tantang dan merasa perlu mengarahkan semua kemampuannya untuk berprestasi tinggi dan demikian dapat menyelesaikan tugas dengan baik. Bagi seorang pemimpin tekanan-tekanan yang ditimbulkan oleh tekanan tersebut masih dalam keadaan yang wajar. Lebih lanjut menurut Robbins (2015), tingkat stress yang mampu dikendalikan atau stres pada tingkat rendah sampai sedang akan merangsang tubuh dan membuat karyawan melakukan tugasnya dengan lebih intensif, atau lebih cepat, tetapi bila stress itu berlebihan akan mengakibatkan kinerja menjadi rendah atau menurun. Yang perlu diingat adalah meskipun stres ada dalam tingkat sedang namun jika berulang akan dapat pula menurunkan kinerja, dan dalam jangka Panjang yang berkelanjutan akan dapat meruntuhkan individu dan melemahkan sumber energinya, Pernyataan tersebut didukung hasil penelitian Anggarini (2019) dan Adewi (2018) yang menyatakan bahwa stres kerja berpengaruh negative terhadap kinerja karyawan.

Penelitian Julvia (2016) juga mengatakan bahwa stres kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa stres kerja berdampak terhadap kinerja karyawan, dimana semakin tinggi tingkat stres kerja maka kinerja karyawan mengalami penurunan. Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian sebelumnya dapat dirumuskan hipotesis berikut :

**H2:** Stres kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan KSP Candra Sedana Asri

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di KSP Candra Sedana Asri yang beralamat di Jalan Pantai Saba Blahbatuh.

### 3.2 Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah bidang manajemen sumber daya manusia yaitu Gaya Kepemimpinan dan Stres Kerja dan kinerja karyawan

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

- 1) Gaya Kepemimpinan (X1) dimana cara seseorang pemimpin mengerahkan bawahannya demi tercapainya tujuan organisasi di KSP Candra Sedana Asri. Gaya Kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain atau bawahan Menurut Thoha (2010:49) Adapun indikator Gaya Kepemimpinan yaitu :
  - a. Cara berkomunikasi
  - b. Pemberian motivasi
  - c. Kemampuan memimpin
  - d. Pengambilan keputusan
- 2) Stres Kerja (X2) kondisi dimana karyawan KSP Candra Sedana Asri mengalami tekanan atau beban

pikiran yang berlebihan karena pekerjaan. stres kerja adalah suatu kondisi dimana terdapat satu atau beberapa faktor di tempat kerja yang berinteraksi dengan pekerjaan sehingga mengganggu kondisi psikologi dan perilaku menurut Soesmalijah (2015) Adapun indikator dari stres kerja sebagai berikut :

a. Intimidasi dan tekanan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.36171364
Most Extreme Differences	Absolute	0.132
	Positive	0.132
	Negative	-0.082
Test Statistic		0.132
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.196 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

berbahaya

c. Beban kerja berlebihan

d. Target yang tidak realistis

3) Kinerja Karyawan (Y) hasil kerja yang diperoleh oleh karyawan KSP Candra Sedana Asri. Kinerja adalah suatu hasil kerja yang di capai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu menurut (Hasibuan 2016). Adapun indikator dari kinerja sebagai berikut :

a. Kualitas kerja

b. Kuantitas

c. Pengeahuan kerja

d. Kerjasama

e. Kemandirian

f. Kreativitas

### 3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja pada KSP Candra Sedana Asri, Dalam penelitian ini seluruh populasinya sebanyak 30 orang pada tahun 2020. penelitian ini merupakan penelitian populasi (sensus). Dengan demikian besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang

b. P digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kusioner.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

## 4) HASIL DAN PEMBAHASAN

### a 1. Hasil analisisinferensial

#### n a. Hasil uji asumsi klasik

##### 1. hasil uji Normalitas

y

a

n

g

**Tabel 5.9**

### hasil uji normalitas

Sumber: *Lampiran 5*

Tabel 5.9 menunjukkan bahwa nilai koefisien *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0.196, di mana nilai tersebut memiliki nilai signifikansi  $0.196 > 0.05$ , dengan demikian dapat dikatakan variabel tersebut berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini juga dilakukan dengan grafik p-plot, dimana untuk melihat kenormalan dari nilai residual dapat berpedoman pada titik-titik ploating yang terdapat dalam hasil output SPSS

**Gambar 5.2**  
**Hasil Uji Normalitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Gaya Kepemimpinan	0.752	1.330
	Stres Kerja	0.752	1.330

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

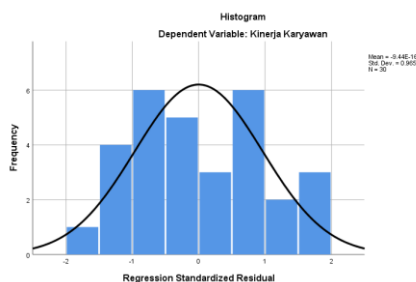
Gambar

5.2, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Grafik histogram dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng ( *bell shaped* ), tidak condong ke kiri atau tidak condong ke kanan. Hasil uji normalitas histogram dapat disajikan pada Gambar 5.3 berikut :

**Gambar 5.3**

**Hasil Uji Normalitas Histogram**

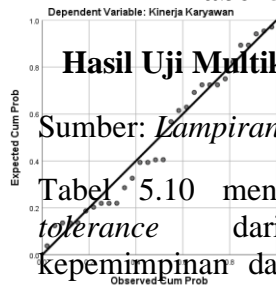


Sumber : lampiran 5

Gambar 5.3 menunjukkan bahwa grafik histogram membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan atau ke kiri sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

## 2. Hasil Uji Multikolonieritas

**Tabel 5.10**



**Hasil Uji Multikolonieritas**

Sumber: Lampiran 5

Tabel 5.10 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel gaya kepemimpinan dan stress kerja masing-masing bernilai  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

## 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5.11**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.874	0.482		1.814	0.081
	Gaya Kepemimpinan	-0.118	0.104	-0.244	-	0.269
	Stres Kerja	-0.068	0.079	-0.186	-	0.399
					0.857	

a. Dependent Variable: ABRES

Sumber: Lampiran 5

Tabel 5.11 menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$

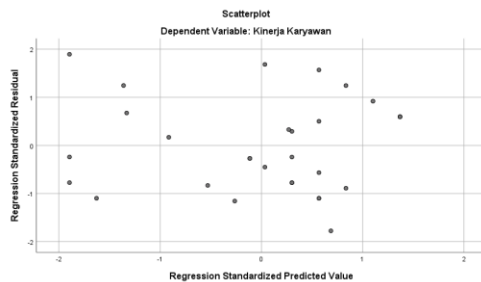
yaitu: 0.269 dan 0.399. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu absolute residual, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model persamaan regresi.

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi yang dihasilkan terjadi ketidaksamaan varians

dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

R = 0.783
Adjusted R Square = 0.585
F = 21.421
Sig F = 0.000

**Gambar 5.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: *Lampiran 5*

Gambar 5.4 menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas

**b. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui atau memperoleh gambaran mengenai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan menggunakan *Statistical Package for social science* (SPSS). Hasil analisis regresi linier berganda Disajikan pada Tabel 5.12 berikut :

**Tabel 5.12**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Beranda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.233	0.985		2.268	0.032
Gaya Kepemimpinan	0.757	0.213	0.491	3.554	0.001
Stres Kerja	-0.486	0.162	-0.413	-2.995	0.006

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: *Lampiran 6*

Hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 5.12 dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 2.233 + 0.757X_1 - 0.486X_2 + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$b_1 = 0.757$  artinya bila gaya kepemimpinan semakin baik sedangkan stres kerja tetap maka kinerja karyawan akan meningkat.  
 $b_2 = -0.486$  artinya bila stres kerja semakin tinggi sedangkan gaya kepemimpinan tetap maka kinerja karyawan akan menurun.

**c. Hasil Analisis korelasi berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara gaya kepemimpinan dan stres kerja terhadap kinerja karyawan secara simultan dengan rumus yang dikembangkan oleh Sugiyono, (2016). Hasil analisis korelasi dapat disajikan pada Tabel 5.12. Nilai R sebesar 0.783, hal ini berarti gaya kepemimpinan dan stres kerja memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja karyawan karena berada diantara 0,60 – 0,799 sesuai kriteria yang ada di BAB IV.

**d. Hasil analisis Determinasi**

Tabel 5.12 menunjukkan hasil dari uji koefisien determinasi. Nilai *adjusted R Square* sebesar 0.585 memiliki arti 58.5 persen varian kinerja karyawan yang mampu dijelaskan oleh gaya kepemimpinan dan stres kerja sedangkan sisanya sebesar 41.5 persen dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti.

### e. Hasil Uji Model Fit (Uji F)

Tabel 5.12 menunjukkan nilai  $F_{statistic} = 21.421$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Ini berarti bahwa gaya kepemimpinan dan stres kerja secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri Gianyar. Hal ini berarti model penelitian layak digunakan.

### f. Hasil Uji t

Tabel 5.12 sebagai berikut.

1. Pengujian pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan.

Tabel 5.12 nilai  $t_{statistic} 3.554$  dengan nilai signifikansi  $0.001 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri Gianyar.

2. Pengujian pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan Tabel 5.12 nilai  $t_{statistic} -2.995$  dengan nilai signifikansi  $0.006 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri Gianyar

## 2. Pembahasan

### 1 Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan semakin meningkat gaya kepemimpinan maka semakin meningkat pula kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah gaya kepemimpinan, semakin baik

kepemimpinan maka akan meningkatkan kinerja karyawannya (sudarmanto, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurlia (2017), Muizu (2017) dan Diansyah (2016) menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Artinya, semakin baik penerapan kepemimpinan maka akan semakin optimal pencapaian kinerja karyawan.

### 2. pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi stres kerja maka semakin menurun kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri.

Stres yang tidak diatasi pasti berpengaruh terhadap kinerja, tetapi pada tingkat tertentu stres dalam bekerja itu perlu, karyawan akan merasakan di tantang dan merasa perlu mengarahkan semua kemampuannya untuk berprestasi tinggi dan demikian dapat menyelesaikan tugas dengan baik. Bagi seorang pemimpin tekanan- tekanan yang ditimbulkan oleh tekanan tersebut masih dalam keadaan yang wajar. Lebih lanjut menurut Robbins (2015), tingkat stress yang mampu dikendalikan atau stres pada tingkat rendah sampai sedang akan merangsang tubuh dan membuat karyawan melakukan tugasnya dengan lebih intensif, atau lebih cepat, tetapi bila stres itu berlebihan akan mengakibatkan kinerja menjadi rendah atau menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Anggarini (2019), Adewi (2018) dan Julvia (2016) menunjukkan bahwa stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Dimana semakin tinggi tingkat stres kerja maka kinerja karyawan mengalami penurunan.

## 5. Penutup

### Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Gaya kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri Gianyar. Hal ini berarti semakin baik penerapan kepemimpinan maka akan semakin optimal pencapaian kinerja karyawan. Stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada KSP Candra Sedana Asri Gianyar. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat stres kerja maka kinerja karyawan mengalami penurunan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Untuk meningkatkan gaya kepemimpinan agar lebih baik maka sebaiknya pimpinan agar meningkatkan kemampuan dalam mengambil suatu keputusan .
- 2) Berdasarkan persepsi karyawan terhadap stres kerja diketahui pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah Saya takut melakukan kesalahan dalam bekerja, saran yang diberikan adalah kepada karyawan agar meminimalisir kesalahan dalam melakukan pekerjaan.
- 3) Berdasarkan persepsi karyawan terhadap kinerja karyawan diketahui pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah Saya mampu menyelesaikan pekerjaan secara mandiri, saran yang diberikan adalah kepada karyawan agar meningkatkan kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan sehingga bisa lebih mandiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia. Teori, Konsep dan Indikator. Riau: Zanafa Publishing.
- Aulia. 2017. Stres kerja dan kinerja : meta analisis. Humanitas Vol. 13 No. 2. Hal 95-11
- Carry, Cooper. dan Alison, Straw. 2014. Stres Manajemen Sukses Dalam Sepekan. Editor: Fathudin. Jakarta : Kesaint Blanc.
- Hasibuan, Malayu S.P.. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handoko, T. Hani. 2016. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPFE
- Irawan, A. 2018. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Fasilitas Kantor, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Perdagangan Kota Semarang. *Economic Education Analysis Journal* Vol. 3 No 09. Hal 157-189.
- Kasmir. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Mangkunegara, A.A. Awar Prabu. 2015. Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Moeheriono. 2016. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi, edisi revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Miftah, Thoha. 2013 "Kepemimpinan dalam manajemen" Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Nurlia, R. 2017. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja

- Karyawan Pada PT Al-Ijarah Indonesia Finance Lampung. 2. Implementasi Dalam Organisasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rivai, Zainal.V.S. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan . Edisike-7. Depok: PT RAJAGRAFINDO.
- Sudarmanto. 2017. Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM: Teori, Dimensi Pengukuran dan Sunyoto, Danang. 2015. Penelitian Sumber Daya Manusia. Jakarta: Buku Seru.
- Wirawan, 2015. Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia, Teori, Aplikasi, dan Penelitian. Jakarta: Salemba Empat.



## **PENGARUH KOMPETENSI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS PERINDUSTRIAN DAN TENAGA KERJA KABUPATEN BADUNG**

**I Nyoman Artajaya<sup>1</sup>, Ni Nyoman Suryani<sup>2</sup>, I Nyoman Mustika<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswari Denpasar, Bali, Indonesia  
email : [artajayanyoman182@gmail.com](mailto:artajayanyoman182@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kompetensi dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai pada industri dan jasa tenaga kerja di kabupaten badung. Penelitian ini dilakukan pada Dinas Perindustrian dan Jasa Tenaga Kerja Kabupaten Badung. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 65 pegawai industri dan cabang jasa tenaga kerja di kabupaten badung. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, studi dokumentasi, angket dan wawancara. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kompetensi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kompetensi dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Dengan kata lain dapat dikatakan jika tingkat kompetensi dan kepuasan kerja tinggi maka kinerja pegawai akan meningkat pula.  
Kata Kunci: Kompetensi, Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan

### **Abstract**

*This study aims to determine competency and work satisfaction on employee performance at the industry and labor services branch at badung regency. The research was conducted at the The industry and labor services branch at Badung Regency. The population and sample in this study were 65 employees of the industry and labor services branch at badung regency. Data was collected by observation, study of documentation, questionnaires and interviews. Data analysis was performed using descriptive analysis and multiple linear regression to determine the effect of competency and work satisfaction on employee performance. The results of the analysis show that the competency and work satisfaction have a positive and significant effect on employee performance. On the other word it can be say if the level of competency and work satisfaction is high the level of employee performance will increase as well.*

**Keywords : Competency, Work Satisfaction and Employee Performance**

## I Pendahuluan

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat menentukan kemajuan sebuah organisasi. Bahkan bisa dikatakan sumber daya manusia merupakan unsur terpenting disamping unsur lain, seperti modal, bahan baku, dan mesin (Arda, 2017). Tidak ada satu perusahaan yang dapat tumbuh dan berkembang tanpa unsur manusia dengan kemampuan manajerial dan moralitas kerja yang memadai. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Hasibuan (Arda, 2017), yang menyatakan bahwa karyawan adalah kelayakan utama suatu perusahaan, karena tanpa keikutsertaan mereka, aktivitas perusahaan tidak akan terjadi. Karyawan berperan aktif dalam menetapkan rencana, sistem, proses dan tujuan yang ingin dicapai. Peningkatan sumber daya manusia terhadap pengembangan manajemen organisasi merupakan syarat utama dalam era globalisasi untuk mampu bersaing dan mandiri (Rosmaini dan Tanjung, 2019).

Menurut Wibowo (Manik dan Syafrina, 2018) kinerja merupakan hasil kerja yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan organisasi, memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian, kinerja adalah tentang bagaimana melakukan pekerjaan dan bagaimana cara mengerjakannya. Menurut Fahmi (Manik dan Syafrina, 2018) kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu anggota organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama kurun waktu tertentu. Bastian (Manik dan Syafrina, 2018) kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/ kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategik suatu organisasi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai adalah kompetensi

(Ardiyansyah dan Susilowati, 2018). Boyatzis (Manik dan Syafrina, 2018) kompetensi adalah kapasitas yang ada pada seseorang yang bisa membuat orang tersebut mampu memenuhi apa yang disyaratkan oleh pekerjaan dalam suatu organisasi sehingga organisasi tersebut mampu mencapai hasil yang diharapkan.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja pegawai adalah kepuasan kerja (Adha dkk, 2019). Menurut Rosmaini dan Tanjung (2019) kepuasan kerja adalah perasaan pegawai terhadap pekerjaannya dalam sebuah organisasi atau instansi, apakah senang atau tidak senang, hal ini merupakan hasil interaksi pegawai dengan lingkungan kerjanya serta penilaian pegawai terhadap pekerjaannya. Perasaan pegawai terhadap pekerjaan mencerminkan sikap dan perilakunya dalam bekerja.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kompetensi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung”.

## II Tinjauan Pustaka

### 2.1 Goal Setting Theory

Menurut *goal setting theory*, individu memiliki beberapa tujuan, memilih tujuan, dan mereka termotivasi untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut (Srimindarti dalam Suwardani, 2018). Teori ini mengasumsikan bahwa faktor utama yang memengaruhi pilihan yang dibuat individu adalah tujuan yang mereka miliki.

### 2.2 Kinerja

Menurut Wibowo (Manik dan Syafrina, 2018) kinerja merupakan hasil kerja yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan organisasi, memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian, kinerja adalah tentang bagaimana melakukan pekerjaan dan bagaimana cara mengerjakannya.

## 2.3 Kompetensi

Boyatzis (Manik dan Syafrina, 2018) kompetensi adalah kapasitas yang ada pada seseorang yang bisa membuat orang tersebut mampu memenuhi apa yang disyaratkan oleh pekerjaan dalam suatu organisasi sehingga organisasi tersebut mampu mencapai hasil yang diharapkan.

## 2.4 Kepuasan Kerja

Menurut Hasibuan (Arda, 2017) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja. Danang (Rosmaini dan Tunjung, 2019), mendefinisikan bahwa : Kepuasan kerja merupakan sifat individual seseorang sehingga memiliki tingkat kepuasan yang berbeda sesuai dengan sistem nilai-nilai yang berlaku pada dirinya. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan pada masing-masing individu. Semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan sesuai dengan keinginan individu tersebut maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan begitu pula sebaliknya

## III Kerangka Berpikir dan Hipotesis

### 3.1 Kerangka Berpikir

*Goal Setting Theory* yang dikembangkan oleh Locke sejak 1968 telah mulai menarik minat dalam berbagai masalah dan isu organisasi (Ridho, 2021). Menurut *goal setting theory*, individu memiliki beberapa tujuan, memilih tujuan, dan mereka termotivasi untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.

Menurut Wibowo (Manik dan Syafrina, 2018) kinerja merupakan hasil kerja yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan organisasi, memberikan kontribusi pada ekonomi.

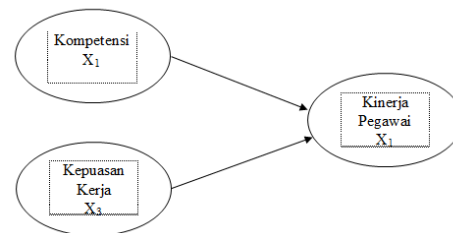
Boyatzis (Manik dan Syafrina, 2018) kompetensi adalah kapasitas yang ada pada seseorang yang bisa membuat orang tersebut mampu memenuhi apa yang disyaratkan

oleh pekerjaan dalam suatu organisasi sehingga organisasi tersebut mampu mencapai hasil yang diharapkan.

Menurut Hasibuan (Arda, 2017) kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, dan prestasi kerja.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung dan apakah ada pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung. Hipotesis dalam penelitian ini adalah kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

### Gambar 3.2 Model Penelitian



Sumber : Kerangka Berpikir.

### 3.2 Hipotesis

1. Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.
2. Kepuasan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan

## **IV METODE PENELITIAN**

### **4.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung. Lokasi ini dipilih karena ditemukan beberapa masalah terkait kompetensi, kepuasan kerja dan kinerja pegawai.

### **4.2 Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah bidang sumber daya manusia khususnya pengaruh kompetensi, kepuasan kerja dan kinerja pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung.

### **4.3 Identifikasi Variabel**

Variabel penelitian yang digunakan terdiri dari variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kompetensi (X1) dan Kepuasan Kerja (X2). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja Karyawan (Y).

### **4.4 Definisi Operasional Variabel**

#### **1) Kompetensi (X<sub>1</sub>)**

Merupakan karakteristik yang mendasar yang dimiliki pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung berupa ketrampilan dan kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut.

#### **2) Kepuasan Kerja (X<sub>2</sub>)**

Merupakan sikap yang positif dari tenaga kerja meliputi perasaan dan tingkah laku terhadap pekerjaannya melalui penilaian salah satu pekerjaan sebagai rasa menghargai dalam mencapai salah satu nilai-nilai penting pekerjaan.

#### **3) Kinerja Karyawan (Y)**

Merupakan hasil kerja yang dapat dicapai secara kualitas maupun kuantitas oleh pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung dengan

wewenang dan tanggung jawab masing-masing.

### **4.5 Jenis dan Sumber Data**

1. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif
2. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

### **4.6 Populasi dan Sampel**

1. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung yang berjumlah 65 orang
2. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Dimana semua anggota populasi dijadikan sampel sehingga diperoleh sampel sebanyak 65 pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung.

### **4.7 Metode Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan observasi, studi dokumentasi, wawancara dan membagikan kuesioner kepada responden penelitian.

### **4.8 Teknik Analisis Data**

#### **1. Uji Instrumen Penelitian**

- a. Uji validitas, berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis faktor (Sugiyono, 2018: 175)
- b. Uji Reliabilitas, instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2018: 176)

#### **2. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dibantu dengan *Software aticial Package of Social Science (SPSS) versi 23.00 for windows*

### 3. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak

### 4. Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent

### 5. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain

### 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu pengaruh kompetensi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan.

### 7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016).

### 8. Uji F

Uji Model Fit atau disingkat Uji F merupakan analisis dengan uji F ini digunakan untuk menguji antara variabel bebas secara bersamaan mempunyai pengaruh yang nyata (signifikan) terhadap variabel terikat.

### 9. Uji t

Uji tatistik t pada dasarnya menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:97). Pengujian ini

digunakan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini.

## V Hasil dan Pembahasan

### 5.1 Hasil Uji Intrumen

#### 1. Uji Validitas

Menunjukkan semua nilai koefisien kolerasi  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel} = 0,30$ . Dengan demikian seluruh instrumen penelitian Kompetensi ( $X_1$ ), Kepuasan Kerja ( $X_2$ ) dan Kinerja karyawan (Y) yang digunakan adalah valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha Reability coefisien* menunjukkan angka lebih besar dari 0,60 maka kontruksi variabel dapat dikatakan reliabel.

### 5.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15677692
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.085
	Positive	.051
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Output SPSS

Diperoleh nilai Asymp. Sig (2tailed) 0,200 Yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti data telah berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikoleniaritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.784	1.275
	X2	.784	1.275

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS

Bahwa nilai tolerance Kompetensi ( $X_1$ ) sebesar 0,784 dan Kepuasan Kerja ( $X_2$ ) sebesar 0,784 Dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) variabel

Kompetensi ( $X_1$ ) sebesar 1,275 dan Kepuasan Kerja ( $X_2$ ) sebesar 1,275 sehingga semua variabel bebas bernilai Tolerance > 0,1 dan VIF < 10 maka disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.219	1.167		-.188	.852
	X1	.024	.069	.048	.344	.732
	X2	.112	.069	.225	1.624	.109

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Output SPSS

Dapat dilihat bahwa nilai sig kompetensi sebesar 0,732, dan kepuasan kerja sebesar 0,732 lebih besar dari 0,05 dengan demikian variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residu. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 5.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.251	1.994		2.132	.037
	X1	.623	.118	.507	5.302	.000
	X2	.443	.117	.360	3.768	.000
	R	.556				
	Adjust R Square	.541				

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan persamaan ini, dapat dijelaskan pola pengaruh kompetensi ( $X_1$ ) dan kepuasan kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja karyawan ( $Y$ ) Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung yaitu sebagai berikut:

$$Y = 4,251 + 0,623X_1 + 0,443X_2$$

Adapun Interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut

1.  $b_1 = 0,623$  artinya apabila Kompetensi ( $X_1$ ) meningkat sedangkan Kepuasan Kerja ( $X_2$ ) tidak berubah, maka Kinerja Pegawai ( $Y$ ). akan meningkat.
2.  $b_2 = 0,443$  artinya apabila Kepuasan Kerja ( $X_2$ ) meningkat sedangkan Kompetensi ( $X_1$ ) tidak berubah maka Kinerja Pegawai ( $Y$ ) akan meningkat.

Dari hasil persamaan tersebut di atas, maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel kompetensi ( $X_1$ ) dan kepuasan kerja ( $X_2$ ) adalah positif artinya apabila kompetensi ( $X_1$ ) dan kepuasan kerja ( $X_2$ ) meningkat maka akan diikuti dengan meningkatnya kinerja pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung.

### 5.4 Analisis Korelasi Berganda

Hasil analisis menunjukkan nilai korelasi ( $R$ ) sebesar 0,556 besarnya nilai  $R$  0,556 ini berada Antara 0,40 sampai 0,599 yang berarti ada hubungan yang sedang antara kompetensi ( $X_1$ ) dan kepuasan kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja pegawai ( $Y$ ) Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung.

### 5.5 Hasil Uji Determinasi

Koefesien determinasi berganda adalah nilai *Adjusted R. square* = 0,541 atau 54,1%, artinya kompetensi ( $X_1$ ) dan kepuasan kerja ( $X_2$ ) mampu menjelaskan terhadap kinerja pegawai ( $Y$ ) Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung adalah sebesar 54,1%. Dan sisanya 45,9% dipengaruhi variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### 5.6 Uji t

1. Pengaruh Kompetensi ( $X_1$ ) terhadap Kinerja Pegawai ( $Y$ )

*Standardized Coefficient Beta* untuk variabel Kompetensi ( $X_1$ ) menunjukkan arah yang positif sebesar 0,507 dan dengan Signifikansi t-hitung untuk variabel Kompetensi ( $X_1$ )  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Kompetensi ( $X_1$ ) terhadap

Kinerja Pegawai (Y) pada Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung, hal ini berarti apabila Kompetensi meningkat, maka Kinerja Pegawai akan meningkat, dan Hipotesis 1 (H1) terbukti. Penelitian ini searah dengan hasil penelitian dari Manik & Syafrina (2018) kompetensi berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai, artinya apabila terjadi peningkatan kompetensi yang dimiliki pegawai dalam melakukan tugas yang diberikan, maka kinerja pegawai akan semakin baik.

## 2. Pengaruh kepuasan kerja (X2) terhadap kinerja pegawai (Y)

*Standardized Coefficient Beta* untuk variabel Kepuasan Kerja (X2) menunjukkan arah yang positif sebesar 0,306 dan dengan Signifikansi t-hitung untuk variabel Kepuasan Kerja (X2)  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti  $H_0$  ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Kerja (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y) Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung, artinya apabila Kepuasan Kerja ditingkatkan maka Kinerja Pegawai akan meningkat dan Hipotesis 2 (H2) terbukti. Hal tersebut searah dengan hasil penelitian dari Changgriawan (2017) menunjukkan hasil penelitiannya kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai. Artinya apabila kepuasan kerja karyawan dalam melakukan pekerjaan semakin baik, maka kinerja pegawai akan meningkat.

## VI Simpulan dan Saran

### 1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Dari hasil ini dapat dimaknai bahwa apabila kompetensi karyawan meningkat maka kinerja pegawai pada Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung akan meningkat.
- b. Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Dari hasil ini dapat dimaknai bahwa apabila kepuasan kerja meningkat maka kinerja pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung akan meningkat.

### 2. Saran

Berdasarkan hasil pemahasan dan simpulan yang telah diuraikan, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Saran bagi perusahaan .

- 1) Kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai, selanjutnya Pada deskripsi variabel kompetensi yaitu pada indikator motivasi kerja yang mempunyai nilai terendah maka peneliti menyarankan kepada pegawai Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung untuk dapat meningkatkan motivasi kerja dalam melakukan tugas yang diberikan.
- 2) Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai, selanjutnya Pada deskripsi variabel kepuasan kerja yaitu pada indikator kepuasan sosial memperoleh nilai rata-rata yang terendah maka peneliti menyarankan kepada pimpinan Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Badung untuk mampu menciptakan kondisi sosial yang baik dalam operasionalnya.

- #### b. Saran bagi penelitian selanjutnya
- disarankan apabila ingin meneliti tentang kinerja pegawai agar tetap mengambil variabel yang berpengaruh signifikan yaitu variabel budaya organisasi, motivasi kerja, dan disamping itu pula peneliti yang berikut mengingat masih ada variabel lain yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.

- Bangun, Wilson. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Changgriawan, Garry Surya. Pengaruh kepuasan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di One Way Production. *Agora* 5.2 (2017).
- Damayanti, Riski, Agustina Hanafi, and Afriyadi Cahyadi. 2018. Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan (studi kasus karyawan non medis RS Islam Siti Khadijah Palembang). *Diss.* Sriwijaya University.
- Fahmi, Irham. 2016. *Analisis Kinerja Keuangan*, Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS
- Hariandja, 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Gramedia Widiasarana, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi Jakarta : Bumi Aksara.
- Hermawan, Eddy. Pengaruh Kompetensi, Pendelegasian Wewenang dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2.2 (2019): 148-159.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kristine, Erlene. 2017. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Melalui Motivasi Kerja Pegawai Alih Daya (Outsourcing) Di Pt Mitra Karya Jaya Sentosa. *Jurnal Eksekutif* 14.2 (2017): 384-401.
- Maizar, Jon. 2017. Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Perkebunan Nusantara VI (Persero) Pasaman Barat. *Jurnal Ekobistek* 6.2.
- Manik, Sudarmin, and Nova Syafrina. 2018. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis (JIEB)* 15.1 : 16.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mathis, Robert L dan Jackson. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Nabawi, Rizal. 2019. Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2.2 : 170-183.
- Pasaribu, Sjahril Effendi. 2019. Pengaruh Motivasi, Kompetensi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2.1 : 89-103.
- Rivai, Veithzal Zainal. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Robbins, Stephen P & Judge, Timothy A. 2018. *Organizational Behavior* Edition 15. New Jersey: Pearson Education



- Rosmaini, Rosmaini, and Hasrudy Tanjung. 2019. Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2.1 : 1-15.
- Santoso, Slamet. 2018. *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Sastrohadiwiryono, 2013, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*, edisi. 2, Bumi Aksara, Jakarta.
- Siagian, Sondang P. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Siagian, Tomy Sun, and Hazmanan Khair. 2018. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 1.1 : 59-70.
- Simamora, Henry. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2018. *Reformasi Pelayanan Publik*, Teori Kebijakan dan Implementasi, cetakan kelima, Jakarta : PT Bumi Aksara. Hlm 6
- Siswanto. 2017. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Sofyandi, Herman. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Pertama ed., Vol. Cetakan Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suwatno, dan Tjutju Yuniarsih. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, 2016. *Manajemen Kinerja*, Edisi Kelima, PT.Rajagrafindo Persada Jakarta-14240.
- Wijaya, Iwan Kurnia. 2018. Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan cv bukit sanomas. *Agora* 6.2.
- Yusuf, Burhanuddin. 2015. *Manajemen sumber daya manusia di lembaga keuangan syariah*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

## **PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER*, FASILITAS, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA KEBUN BINATANG BALI SAFARI & MARINE PARK DI KABUPATEN GIANYAR BALI**

Dewa Ayu Yunita Suandani<sup>1</sup>, Ni Putu Nita Angraini<sup>2</sup>, Pande Ketut Ribek<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email : [yunitasuandani28@gmail.com](mailto:yunitasuandani28@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Melakukan kunjungan merupakan tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam menentukan pilihannya dari beberapa pilihan alternatif objek wisata. Pesatnya perkembangan dunia pariwisata memicu terjadinya persaingan antar objek wisata, dalam perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik pada Bali Safari & Marine Park mengalami masa naik turun. Strategi yang digunakan Bali Safari & Marine dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan atau keputusan beli konsumen adalah dengan cara melakukan promosi dengan menggunakan *celebrity endorser*, menyediakan fasilitas yang lengkap, dan meningkatkan persepsi harga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kebun binatang Bali Safari & Marine Park. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut sosial media pada laman *instagram* Bali Safari & Marine Park pada tahun 2021. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner, studi dokumentasi, wawancara, observasi dan kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji F, uji koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park. Variabel persepsi harga yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Bali Safari & Marine Park. Pihak Bali Safari & Marine Park diharapkan dapat memperhatikan *celebrity* yang akan digunakan, lebih menjaga kebersihan fasilitas, dan dapat meningkatkan pelayanan atau jasa yang dirasa kurang.

**Kata kunci:** *Celebrity Endorser*, Fasilitas, Persepsi Harga, Keputusan Berkunjung.

### **ABSTRACT**

*Visit is an action taken by a person in determining his choice from several alternative choices of tourist objects. The rapid development of the world of tourism triggers competition between tourist objects, in the development of the number of foreign and domestic tourists visiting the Bali Safari & Marine Park experiencing ups and downs. The strategy used by Bali Safari & Marine in order to increase tourist visits or consumer buying decisions is to carry out promotions using celebrity endorsers, provide complete facilities, and increase price perceptions. The purpose of this study was to determine the effect of the use of celebrity endorsers, facilities,*

---

*and price perceptions on the decision to visit tourists at the Bali Safari & Marine Park zoo. The population in this study were social media followers on the Instagram page of Bali Safari & Marine Park in 2021. The sample in this study was 100 respondents with purposive sampling method. This study uses data collection methods in the form of questionnaires, documentation studies, interviews, observations and literature. The data analysis technique used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, F test, coefficient of determination test, and t test. The results showed that celebrity endorsers, facilities, and price perceptions partially had a positive and significant effect on the decision to visit Bali Safari & Marine Park. The price perception variable is the most influential or has the most dominant influence on the decision to visit tourists at Bali Safari & Marine Park. Bali Safari & Marine Park parties are expected to pay attention to the celebrity that will be used, maintain the cleanliness of the facilities, and can improve services or services that are felt to be lacking.*

**Keywords :** *Celebrity Endorser, Facilities, Price Preseption, Decision To Visit*

## 1. PENDAHULUAN

Daya tarik pulau Bali yang mampu membedakannya dengan kawasan lain yang berada di Indonesia antara lain adalah keindahan alam, budaya, serta beragam kuliner yang khas di pulau Bali. Kunjungan wisatawan ke pulau Bali tentunya berdampak juga terhadap sektor-sektor yang lain, di mana semakin berkembangnya wisata ini maka sektor-sektor yang berkaitan juga berkembang. Bali Safari & Marine Park merupakan daerah tujuan wisata utama yang sangat menarik untuk dikunjungi para wisatawan.

Objek wisata Bali Safari & Marine Park ini mampu bertahan dan berkomitmen untuk terus dapat melayani konsumen yang datang dengan strategi perusahaan yang ingin membuat konsumen merasa puas dengan tempat ini. Tarif tiket masuk yang dikenakan wisatawan yang ingin mengunjungi Bali Safari & Marine Park untuk kategori dewasa di atas 12 tahun sebesar Rp 150.000, untuk kategori anak-anak pada usia 3-12 tahun dikenakan sebesar Rp 135.000, dan untuk kategori anak di bawah usia 3 tahun tidak dikenakan biaya apapun.

Koesworodjati (2017) keputusan berkunjung merupakan penggunaan sumber daya, konsumsi produk, dan jasa yang berhubungan dengan pariwisata. Tentunya dengan jumlah kunjungan yang stabil akan berdampak terhadap keberlangsungan dan cara manajemen mempertahankan objek wisatanya. Kunjungan objek wisata Bali Safari & Marine Park dalam lima tahun terakhir mengalami fluktuasi cenderung menurun, peningkatan hanya pada tahun 2017 saja. Persaingan antar penyedia objek wisata tidak dapat dipungkiri, banyak dibukanya objek wisata sejenis yang menawarkan fasilitas serupa menjadi salah satu penyebab kunjungan objek wisata Bali Safari & Marine Park menurun. Maka dari itu dibutuhkan beberapa hal untuk menarik kunjungan wisatawan.

Dalam perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik pada Bali Safari & Marine Park mengalami masa naik turun. Strategi yang digunakan Bali Safari & Marine dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan atau keputusan beli konsumen adalah dengan cara melakukan

promosi, antara lain melalui media periklanan salah satu cara kreatif dan inovatif dalam beriklan adalah dengan menggunakan *celebrity endorser*.

*Celebrity endorser* menggambarkan promosi yang dilakukan oleh tokoh terkenal dan berpengaruh di media sosial, seperti *instagram*, *facebook*, dan *twitter* (Hartati, 2020). *Celebrity endorser* sekarang banyak digunakan sebagai cara paling efektif untuk mempromosikan suatu produk (Muham, 2019). Peran *celebrity endorser* akan memberikan dampak positif terhadap citra suatu destinasi, yaitu dengan semakin dikenalnya suatu destinasi yang memberikan persepsi baik bagi wisatawan melalui aktivitas yang dilakukan oleh *celebrity endorser* saat berkunjung ke destinasi tersebut.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan terhadap suatu destinasi wisata yaitu fasilitas. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020) dan Suryani, dkk. (2018) yang menyatakan bahwa fasilitas dapat mempengaruhi keputusan berkunjung secara positif dan signifikan. Fasilitas adalah penyediaan jasa layanan untuk wisatawan yang tersedia pada objek wisata yang bertujuan untuk memudahkan aktivitas wisatawan pada saat berkunjung di suatu objek wisata (Yetti, 2020). Bali Safari & Marine Park menawarkan fasilitas yang sangat lengkap, mulai dari tempat parkir yang luas, pembelian tiket yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, peta lokasi Bali Safari & Marine Park, penyewaan *stroller*, mobil *tramp* (bus tertutup), toilet, musholah, toko oleh-oleh, restoran, hotel, *wastafel*, *stand-stand* makanan, area *fun* Bali dan lain-lain.

Dalam kaitan dengan pemasaran produk dalam hal ini adalah keputusan berkunjung wisatawan maka persepsi harga cukup banyak berperan karena secara umum dalam bidang pemasaran. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Surgawi (2016) dan Lebu, dkk. (2019) yang menyatakan bahwa persepsi harga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung. Harga merupakan suatu hal yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen dan kuat hubungannya dengan keputusan berkunjung wisatawan.

Dari beberapa permasalahan yang telah dipaparkan, beberapa penelitian sebelumnya ditemukan perbedaaan hasil penelitian (*research gap*). Menurut Hutami (2019) *celebrity endorser* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Namun penelitian yang dilakukan Superwiratni (2018) menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Penelitian yang dilakukan Helena (2017) menjelaskan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Namun penelitian yang dilakukan Ardiansyah (2019) menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian lainnya yang dilakukan untuk menguji variabel persepsi harga oleh Surgawi (2016) persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Susilo, et al., (2018) menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan uraian fenomena bisnis serta terdapat ketidakkonsistenan yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya, maka pengaruh *celebrity endorser*, fasilitas,

dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan masih perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan fenomena bisnis dan kesenjangan hasil penelitian yang ada maka penting untuk melakukan kajian bagaimana

## 2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Theory Of Planned Behavior*

*Theory of planned behaviour* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku konsumen dibentuk oleh sikap, persepsi kontrol perilaku dan norma subjektif yang membentuk niat. *Theory of planned behaviour* (TPB) digunakan dalam studi ini merupakan sebuah pilihan, karena dalam teori TPB dapat mengakomodasi kepentingan penelitian, terutama pada variabel yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang dikemukakan yaitu tentang sikap, pengaruh lingkungan sosial dan kontrol perilaku sebagai kekuatan yang dapat melemahkan atau mendorong ke arah perilaku nyata. *Theory of planned behaviour* (TPB) dapat menjelaskan kepentingan penelitian ini, terutama pada variabel yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada yaitu pada keputusan berkunjung. Pengaplikasiannya konsumen dibuat merasakan bahwa produk itu penting dan bermanfaat. Ada banyak cara yang dapat digunakan dalam meningkatkan keputusan berkunjung namun dalam penelitian ini dibatasi dalam 3 hal yaitu *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga ketiga hal itu yang perlu ditanamkan dalam sikap konsumen untuk membentuk niat yang nantinya akan membentuk keputusan berkunjung.

### *Celebrity Endorser*

Menurut Febriyanti dan Wahyuati (2016), *celebrity endorser* adalah

pengaruh dari penggunaan *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kebun binatang Bali Safari & Marine Park.

menggunakan artis sebagai bintang iklan di media-media, mulai dari media cetak, media sosial, maupun media televisi. Sementara Kumar, et al., (2017) mengemukakan bahwa dukungan selebriti membantu dalam membangun efektivitas iklan dan membantu penarikan merek dan pengakuan merek atau mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Berdasarkan pengertian diatas, *celebrity endorser* mengacu pada seseorang yang dikenal luas oleh publik kemudian mengiklannya sebuah produk dengan tujuan agar yang melihat iklan tersebut berminat untuk menjadi seperti apa yang ada didalam iklan.

Royan (2005:15) menetapkan VisCAP model memiliki empat unsur yaitu *visibility, credibility, attraction, dan power*. Pendapat Royan di jadikan sebagai landasan dalam menentukan dimensi dari variabel *celebrity endorser*, empat unsur tersebut yaitu :

1. *Visibility*.
2. *Credibility*.
3. *Attraction*.
4. *Power*.

### Fasilitas

Menurut Sulastiyono (2016:32), fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana, dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan

eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik atau gedung, perlengkapan dan peralatan (Hasnih, dkk. 2016). Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung (Emmywati, 2016).

Menurut Sumayang (2003:124) menjelaskan beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam penyediaan fasilitas antara lain :

1. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang ditawarkan.
2. Kondisi dan fungsi fasilitas yang akan ditawarkan.
3. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan.

### Persepsi Harga

Peter dan Olson (2016) menjelaskan bahwa persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Pada saat konsumen melakukan evaluasi dan penelitian terhadap harga dari suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku dari konsumen itu sendiri. Schiffman, dkk. (2016:199) mengemukakan bahwa persepsi harga adalah pandangan pelanggan dalam melihat harga dilihat dari tinggi dan rendahnya harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara menurut Mardiasih (2019), pengertian persepsi harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk.

Indikator yang mencirikan harga menurut Stanton (2013:112) :

- a. Keterjangkauan harga.

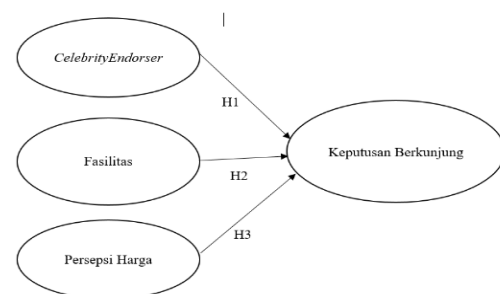
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

### Keputusan Berkunjung

Keputusan berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2016), menambahkan bahwa keputusan berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata. Keputusan kunjungan adalah proses di mana pengunjung membuat evaluasi dan memilih salah satu dari alternatif berdasarkan pertimbangan tertentu (Anggraeni, 2020). Dari pengertian di atas, keputusan berkunjung dapat dinyatakan sebagai perilaku seseorang dalam menentukan suatu pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian.

Indikator penelitian keputusan berkunjung dalam penelitian menurut Damanik, *et al.*, (2006:105) adalah :

1. *Destination Area* (tempat tujuan).



2. *Traveling Mode* (tipe perjalanan).
3. *Time and Cost* (waktu dan biaya).
4. *Travel Agent* (agen perjalanan).

## 5. *Service Source* (sumber jasa).

### Kerangka Berpikir Dan Hipotesis

Kerangka konseptual ini menunjukkan adanya pengaruh *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Bali Safari & Marine Park. Berdasarkan uraian teori diatas maka model penelitian seperti pada Gambar 2.1

### Hipotesis

- H1: *Celebrity endorser* (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kebun binatang Bali Safari & Marine Park
- H2: Fasilitas (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kebun binatang Bali Safari & Marine Park
- H3: Persepsi harga (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada kebun binatang Bali Safari & Marine Park

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada kebun binatang Bali Safari & Marine Park Kabupaten Gianyar Bali yang berlokasi di Jl. Prof. Dr. Ida Bagus Mantra No.km 19,8, Desa Serongga, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pengaruh *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Kebun Binatang Bali Safari & Marine Park di Kabupaten Gianyar Bali.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut sosial media pada laman *instagram* Bali Safari & Marine Park pada

tahun 2021 sebanyak 44.700 pengikut. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan - pertimbangan tertentu (Sugiono, 2014:122), lalu dihitung menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 99,77 responden. Jadi, jumlah sampel yang diambil adalah minimal 99 responden namun untuk memudahkan maka dibulatkan menjadi 100. Alasan mengapa peneliti menggunakan rumus slovin adalah karena peneliti menganggap populasi yang dituju terlalu besar dan dengan jumlah yang berubah-ubah.

Ada beberapa teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda, asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), uji F, uji koefisien determinasi, dan uji t.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian berfungsi dengan baik.

#### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah nilai koefisien korelasi  $\geq 0,30$ . Semua variabel memiliki nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item indikator dapat digunakan untuk mengukur variabel *celebrity*

*endorser*, fasilitas, persepsi harga dan keputusan berkunjung.

## 2) Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap indikator adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Koefisien *cronbach alpha* dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $> 0,60$ . semua variabel yang menunjukkan nilai koefisien *cronbach alpha* berada di atas 0,60 dengan demikian semua instrumen tersebut adalah reliabel. Artinya instrumen tersebut dapat disebut sebagai instrumen yang memiliki tingkat konsistensi tinggi dalam mengukur variabel *celebrity endorser*, fasilitas, persepsi harga dan keputusan berkunjung.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.857	.935		4.125	.000
	Celebrity endorser	.151	.069	.147	2.173	.032
	Fasilitas	.168	.078	.171	2.160	.033
	Persepsi Harga	.648	.066	.658	9.834	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan nilai-nilai tersebut di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,857 + 0,151X_1 + 0,168 X_2 + 0,648X_3$$

Berdasarkan nilai  $\alpha$ ,  $\beta_1$ ,  $\beta_2$  dan  $\beta_3$  diperoleh persamaan garis regresi linier berganda antara *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung menunjukkan bahwa:

- $\alpha = 3,857$ , artinya apabila *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga bernilai tetap (konstan), maka nilai keputusan berkunjung adalah sebesar 3,857.
- $\beta_1 = 0,151$ ; artinya apabila meningkatnya skor *celebrity endorser* ( $X_1$ ), maka akan diikuti oleh meningkatnya keputusan berkunjung ( $Y$ ) sebesar 0,151.
- $\beta_2 = 0,168$ ; artinya apabila meningkatnya skor fasilitas ( $X_2$ ), maka akan diikuti oleh meningkatnya keputusan berkunjung ( $Y$ ) sebesar 0,168.
- $\beta_3 = 0,648$ ; artinya apabila meningkatnya skor persepsi harga ( $X_3$ ), maka akan diikuti oleh meningkatnya keputusan berkunjung ( $Y$ ) sebesar 0,648.

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji statistik non parametik *kolmogorov smirnov* untuk mengetahui apakah berdistribusi normal atau tidak. Dimana pada penelitian ini diketahui bahwa hasil uji normalitas yang didapatkan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* menunjukkan nilai signifikansi (*Asymp Sig.*) sebesar  $0,062 > 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal.

### 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi



ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Dari penelitian yang sudah dilakukan terlihat bahwa nilai *tolerance* dari variabel *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga masing-masing bernilai lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Metode pengujian yang digunakan yaitu menggunakan uji glejser, yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel independen. Dari hasil uji heteroskedastisitas didapatkan bahwa semua variabel *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga secara berturut-turut memiliki nilai signifikansi sebesar 0,079; 0,537 dan 0,229 yang lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

### Uji F

Uji *model fit* (Uji F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Dari uji F yang sudah dilakukan pada penelitian ini memperlihatkan bahwa nilai F hitung sebesar 130,467 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan dari variabel *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung pada Bali Safari & Marine Park.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,803. Nilai ini berada pada klasifikasi koefisien korelasi 0,51-0,99 yang berarti ada korelasi yang kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi keputusan berkunjung pada Bali Safari & Marine Park.

### Uji t

Hasil pengujian t-test *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park menunjukkan bahwa :

- 1) Pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,147 dan  $t_{hitung}$  sebesar 2,173 serta nilai signifikan uji t sebesar 0,032 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima.
- 2) Pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,171 dan  $t_{hitung}$  sebesar 2,160 serta nilai signifikan uji t sebesar 0,033 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari &

Marine Park, sehingga hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) diterima.

- 3) Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,658 dan  $t_{hitung}$  sebesar 9,834 serta nilai signifikan uji  $t$  sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park, sehingga hipotesis kedua (H<sub>3</sub>) diterima.

#### PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan diperoleh hasil penelitian sebagai berikut :

- 1) Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Bali Safari & Marine Park

*Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *celebrity endorser* yang digunakan dalam mengiklankan sebuah produk maka semakin tinggi keputusan berkunjung wisatawan di Bali Safari & Marine Park. Konsumen cenderung membentuk kesan positif, dan lebih percaya terhadap selebriti sebagai bintang iklan karena daya tarik yang dimiliki oleh selebriti tersebut, sehingga dapat mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan. Penggunaan *celebrity endorser* dalam membangun citra destinasi guna menarik kunjungan wisatawan merupakan strategi promosi yang cukup matang karena berdasarkan studi sebelumnya yang diterangkan

Muham (2019) cara paling efektif untuk mempromosikan suatu produk adalah dengan berinvestasi pada selebriti yang akan diwakili mereka untuk membangun citra produk yang mereka ciptakan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian dari Andrianita (2018) dan Hutami (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas *celebrity endorser* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

- 2) Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Bali Safari & Marine Park

Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park. Hal ini menunjukkan bahwa semakin memadai fasilitas yang disediakan Bali Safari & Marine Park, maka keputusan berkunjung wisatawan pun akan meningkat. Fasilitas merupakan faktor pendukung yang penting yang harus diperhatikan pada setiap tempat wisata, fasilitas yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan pengunjung dan membuat pengunjung merasa nyaman. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Fasilitas objek wisatayang menarik dan sesuai dengan tren yang sedang diminati konsumen akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, tidak hanya itu kebersihan, kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian

dari Suwastawa, dkk., (2021) serta Nafiati (2021) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

3) Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Bali Safari & Marine Park

Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Bali Safari & Marine Park. Nilai koefisien beta persepsi harga sebesar 0,658 yang lebih besar dari nilai koefisien beta variabel *celebrity endorser* dan fasilitas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Bali Safari & Marine Park. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatnya persepsi harga wisatawan Bali Safari & Marine Park, maka keputusan berkunjung pun akan meningkat. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar wisatawan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga memiliki bagian yang tidak kalah pentingnya dalam membantu wisatawan mempertimbangkan keputusan berkunjung. Persepsi harga tentunya sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena persepsi wisatawan mengenai harga yang baik akan menumbulkan hal positif terhadap suatu produk sehingga melakukan keputusan berkunjung.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Helena (2017) dan Sari, dkk. (2020) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab V, maka kesimpulan yang berkaitan dengan pengaruh *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung pada Bali Safari & Marine Park pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Bali Safari & Marine Park. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik *celebrity endorser* yang digunakan dalam mengiklankan sebuah produk maka semakin tinggi keputusan berkunjung wisatawan di Bali Safari & Marine Park.
- 2) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Bali Safari & Marine Park. Hal ini menunjukkan bahwa semakin memadai fasilitas yang disediakan Bali Safari & Marine Park, maka keputusan berkunjung wisatawan pun akan meningkat.
- 3) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Bali Safari & Marine Park. Hal ini menunjukkan bahwa jika persepsi harga yang diberikan semakin baik maka keputusan berkunjung pun akan meningkat. Variabel persepsi harga yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh

paling dominan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Bali Safari & Marine Park.

### **Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut di atas, maka keterbatasan yang sekiranya dapat dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya berkaitan dengan pengaruh *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung pada Bali Safari & Marine Park pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas hanya menguji pengaruh *celebrity endorser*, fasilitas, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung yang mana masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung.
- 2) Penelitian ini hanya dilakukan di satu tempat saja yaitu pada Bali Safari & Marine Park sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan pada bidang yang sama.
- 3) Pengambilan data dilakukan secara *cross sectional* yaitu pengambilan data dilakukan hanya satu kali saja kemudian ditarik kesimpulan.

### **Saran**

Berdasarkan uraian simpulan tersebut di atas, maka saran yang sekiranya dapat dipertimbangkan oleh Bali Safari & Marine Park berkaitan dengan pengaruh pengaruh *celebrity endorser*, fasilitas dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung adalah sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan rata-rata skor pada variabel *celebrity endorser* dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling kecil

terhadap item indikator keahlian selebriti dalam mengiklankan Kebun Binatang Bali Safari & Marine Park membuat saya tertarik untuk mengunjungi Kebun Binatang Bali Safari & Marine Park, maka sebaiknya pimpinan Bali Safari & Marine Park perlu memperhatikan dalam memilih *celebrity* yang benar-benar mengenal dan memiliki keahlian dalam mengiklankan Bali Safari & Marine Park, sehingga bisa memperkenalkan Bali Safari & Marine Park dengan baik.

- 2) Berdasarkan rata-rata skor pada variabel fasilitas dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling kecil terhadap item indikator Kebun Binatang Bali Safari & Marine Park memiliki fasilitas yang bersih dan menyediakan tempat sampah yang mudah dijangkau, maka sebaiknya pimpinan Bali Safari & Marine Park perlu lebih menjaga kebersihan fasilitasnya serta dapat menambah dan menempatkan tempat sampah di posisi yang strategis demi kenyamanan pengunjung.
- 3) Berdasarkan rata-rata skor pada variabel persepsi harga dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling kecil terhadap item indikator harga tiket yang dikeluarkan untuk berkunjung ke Bali Safari & Marine Park sudah sebanding dengan manfaat yang dirasakan dari pelayanan atau jasa yang ditawarkan oleh Bali Safari & Marine Park, maka sebaiknya pimpinan Bali Safari & Marine Park perlu mempertahankan pelayanan atau jasa yang sudah baik dan terus dapat melakukan peningkatan pelayanan atau jasa yang dirasa kurang, sehingga dapat memberikan kepuasan

bagi wisatawan saat berkunjung. Mengingat variabel persepsi harga yang paling berpengaruh atau memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Bali Safari & Marine Park.

- 4) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memodifikasi model penelitian ini dengan menambahkan atau mengembangkan variabel maupun indikator lain diluar penelitian ini. Hal ini didasari dengan pertimbangan bahwa determinan dari keputusan berkunjung cukup banyak.
- 5) Penelitian ini hanya dilakukan pada Kebun Binatang Bali Safari & Marine Park. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan tempat penelitian lain sebagai objek penelitian, agar hasil penelitian lebih menyeluruh.
- 6) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan pengambilan data secara longitudinal yaitu pengambilan data dilakukan secara berulang-ulang sehingga hasil penelitian memiliki tingkat validitas yang tinggi dan dapat memberikan kesimpulan yang handal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andrianita. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Asal Indonesia Ke Korea Selatan.
- Ardiansyah. 2019. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode *Structural Equation Modeling*.
- Anggraeni. 2020. Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel.
- Damanik, J., and Weber, H. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta : Andi
- Emmywati. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(3).
- Febriyanti, Rizky Suci, dan Aniek Wahyuati. 2016. Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(5).
- Hasnih dkk. 2016. Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. *Jurnal Mirai Management*, 1(2), 426-445.
- Hartati, A. 2020. *Endorsement* Sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Hayu Olshop Metro) (*Doctoral dissertation*, IAIN Metro).
- Helena Sirait. 2017. Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir.
- Hutami , Selvia. 2019. Pengaruh *Celebrity Endoser* Dan Citra Destinasi Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Milenial Di Desa Kaki Langit Bantul.
- Kumar, S., & Patra, S. (2017). *Celebrity advertising and its role to brand equity: A review*. *Asian Journal of Management*, 8(3), 925-929.
- Koesworodjati, Y. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya kepada Kepercayaan Wisatawan Nusantara pada Objek

- Wisata. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 25-44.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Lebu, C. F., Mandey, S. L., and Wenas, R. S. 2019. Pengaruh lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4).
- Mardiasih, Titik Sri. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar. *Jurnal Manajemen*, 2(1).
- Muham, Shara Natisa. 2019. Penggunaan Celebgram (*Celebrity Endorser Instagram*) Dalam Promosi Produk Md Clinic By Md Glowing Skin. *Jurnal Desain*, 6(3).
- Nafiati, N. S., Saroh, S., & Krisdianto, D. 2021. Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Dan Strategi Electronic-Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Wisata Bukit Kapur Selo Tirto Giri, Desa Sekapuk, Kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 149-157.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2008. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sari, Vebriana Fitria Sagita. 2020. Pengaruh Harga Tiket Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Obyek Wisata Ubalan Waterpark Pacet Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Superwiratni. 2018. Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah. *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(2).
- Suryani, Ratna, dan M. Wahyu. 2018. Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara, *Jurnal Media Ilmiah Komunikasi Bisnis*, 16(1).
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2006. *Perilaku Konsumen (Edisi Ke-7)*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT. Indeks.
- Susilo, H., Haryono, A. T., and Mukeri, M. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Sulastiyono, Agus. 2015. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Suwastawa, I. P. A., Sumerta, I. K., & Aris, K. (2021). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Pada Bali Safari & Marine Park Di Era New Normal Covid 19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, 7(1), 122-133.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Surgawi, I., and Sutopo, S. 2016. Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata (Studi Pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang) (*Doctoral*

*dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).  
Yetti, S. 2020. Pengaruh Strategi Promosi dan Fasilitas Terhadap Pemilihan

Tempat Wisata Anai Land. *Jurnal Pundi*, 4(3)

**PENGARUH *PRICE, CUSTOMER VALUE, SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION*  
PADA BATIK AIR DI BALI**

**Sultan Rizaldi<sup>1</sup>, Ni Wayan Eka Mitriani, SE.,MM.<sup>2</sup>, I Gusti Ayu Imbayani,  
SE.,MM.<sup>3</sup>.**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: rizaldisultan23@gmail.com

**ABSTRAK**

Dewasa ini persaingan bisnis kian meningkat dan ketat. Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk menarik minat para pelanggan agar tetap unggul diantara pesaing. Salah satu bisnis yang terus meningkatkan kualitas agar mendominasi pasar adalah jasa transportasi udara. Untuk menghadapi persaingan yang kian ketat, perusahaan jasa penerbangan ini harus pandai melihat fenomena sekitar sehingga dapat terus menarik banyak pelanggan dan mempertahankan pelanggan lama agar terus menggunakan jasanya, dengan demikian perusahaan tersebut dapat lebih unggul dari para pesaing sejenis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *price* terhadap *repurchase intention* pada PT. Batik Air Indonesia. Untuk menganalisis pengaruh *customer value* terhadap *repurchase intention* pada PT. Batik Air Indonesia. Untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *repurchase intention* pada PT. Batik Air Indonesia. Populasi penelitian adalah seluruh pengguna PT. Batik Air Indonesia. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 orang yang ditentukan berdasarkan *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisa data menggunakan uji analisis deskriptif dan analisis inferensial yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda (R), analisis determinasi berganda (R<sup>2</sup>), uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, yang artinya semakin kompetitif harga yang ditawarkan oleh Batik Air maka *repurchase intention* semakin meningkat. *Customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, yang berarti semakin tinggi *customer value* maka *repurchase intention* semakin tinggi. *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, yang berarti semakin tinggi *service quality* maka *repurchase intention* semakin tinggi. Kata kunci: *price, customer value, service quality, purchase intention*

*Abstack*

*Today's business competition is increasing and tighter. The company makes various efforts to attract customers to stay ahead of competitors. One business that continues to improve its quality in order to dominate the market is air transportation services. To face increasingly fierce competition, this airline service company must be good at seeing the surrounding phenomenon so that it can continue to attract*



*many customers and retain old customers so that they continue to use their services, so that the company can be superior to similar competitors. The purpose of this study was to analyze the effect of price on repurchase intention at PT. Indonesian Air Batik. To analyze the effect of customer value on repurchase intention at PT. Indonesian Air Batik. To analyze the effect of service quality on repurchase intention at PT. Indonesian Air Batik. The research population is all users of PT. Indonesian Air Batik. The sample in this study was 80 people who were determined based on random sampling. Collecting data using a questionnaire. Data analysis used descriptive analysis test and inferential analysis, namely classical assumption test, multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis (R), multiple determination analysis (R<sup>2</sup>), t test and F test. The results showed that price had a positive and significant effect on repurchase intention. , which means that the more competitive the prices offered by Batik Air are, the higher the repurchase intention. Customer value has a positive and significant effect on repurchase intention, which means that the higher the customer value, the higher the repurchase intention. Service quality has a positive and significant effect on repurchase intention, which means that the higher the service quality, the higher the repurchase intention.*

*Keywords: price, customer value, service quality, purchase intention*

## I. PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan bisnis kian meningkat dan ketat. Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk menarik minat para pelanggan agar tetap unggul diantara pesaing. Salah satu bisnis yang terus meningkatkan kualitas agar mendominasi pasar adalah jasa transportasi udara. Untuk menghadapi persaingan yang kian ketat, perusahaan jasa penerbangan ini harus pandai melihat fenomena sekitar sehingga dapat terus menarik banyak pelanggan dan mempertahankan pelanggan lama agar terus menggunakan jasanya, dengan demikian perusahaan tersebut dapat lebih unggul dari para pesaing sejenis.

Di Indonesia terdapat 3 jenis maskapai penerbangan yaitu *low cost carrier*, *medium service carrier* dan *full service carrier*. Maskapai tersebut dikategorikan sesuai dengan jasa yang diberikan kepada penumpang. Dari 18 maskapai penerbangan yang ada, terdapat 14 maskapai penerbangan yang mempunyai sertifikat sebagai maskapai penerbangan penumpang terjadwal. Lima maskapai penerbangan yang dikategorikan sebagai *low cost carrier* adalah Citilink, Indonesia

Airasia, Lion Air, Wings Air dan Susi Air sedangkan sesuai dengan regulasi dari Direktorat Jenderal Perhubungan Indonesia, tujuh maskapai yang dikategorikan sebagai *medium service airlines* adalah Aviastar, Kalstar, Sriwijaya, Transnusa, Trigana, Xpress Air dan Nam Air dan dua maskapai *full service* yang ada di Indonesia adalah Garuda Indonesia dan Batik Air.

Lion Group yang berperan sebagai induk perusahaan dari Batik Air, mempunyai tantangan besar untuk bersaing dengan maskapai *full service* lainnya. Maskapai penerbangan yang dikategorikan sebagai *full service* adalah maskapai yang memberikan *service* yang optimal sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan oleh konsumen dan memberikan *service* pada saat *inflight* seperti makanan dan minuman secara gratis kepada konsumen.

Batik Air sebagai maskapai *full service* perlu memenuhi kriteria tersebut agar dapat memberikan standar yang sesuai dengan yang telah ditentukan oleh Direktorat Jenderal Perhubungan Udara Indonesia. Tantangan yang dihadapi oleh Batik Air, salah satunya adalah buruknya image Lion Group dimana konsumen Lion

Air sebagai produk andalan Lion Group terkenal sebagai maskapai yang sering sekali mengalami keterlambatan keberangkatan hal ini terjadi karena beberapa faktor seperti kru dari Lion Air yang kurang karena *turnover* yang terlalu padat sehingga berdampak pada keterlambatan jadwal penerbangan Lion Air. Namun dengan *image* dari Lion Group yang buruk dan dikenal sering melakukan *delay* serta pelayanan yang kurang, dapat berimbas pada Batik air karena berada pada payung perusahaan yang sama.

Pelanggan merupakan alasan hidup dan tumbuhnya suatu perusahaan. Alasan ini menyebabkan kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan yang berujung pada tuntutan para pelanggan sehingga tidak hanya menginginkan kualitas pelayanan yang maksimal namun juga dengan harga yang murah (Adrian,2017).

Niat beli ulang merupakan niat beli pelanggan yang sudah pernah membeli suatu produk dan berniat membeli kembali produk tersebut sebagai pemuas kebutuhan dan keinginannya Dalam industri penerbangan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu maskapai penerbangan. Batik Air sebagai maskapai penerbangan full service carrier yang terbentuk dari maskapai low cost carrier yaitu Lion Air perlu memperhatikan beberapa hal agar dapat bersaing dengan maskapai full service yang ada di Indonesia, seperti harga/*price*.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki dan menggunakan produk tersebut (Kotler, 2017). Harga adalah besaran pengorbanan yang dinyatakan dalam sejumlah uang atas barang atau jasa yang akan diperoleh (Palma,2016). Hasil penelitian sebelumnya terkait dengan pengaruh *price*/harga terhadap *repurchase intention* dilakukan oleh Adinata (2018), Wijaya (2019), Palma

(2016) menyebutkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap niat membeli kembali. Sedangkan hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Putra (2016), Setiawan (2013) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap niat membeli kembali.

Bagi para pelanggan suatu produk atau jasa yang dibeli dari perusahaan semakin memuaskan jika pelanggan tersebut mendapatkan nilai yang tinggi. Nilai yang diinginkan oleh konsumen mengalami perubahan, dimana tidak hanya sekedar memilih tempat dan harga murah, namun juga memperhatikan kualitas, suasana, bahkan membandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh perusahaan lain. Penelitian terkait dengan *customer value* terhadap *repurchase intention* dilakukan oleh Kusumawati (2020), Oceani (2017), Junaidi (2015) menyebutkan bahwa nilai yang didapatkan pelanggan sehingga pelanggan tersebut berniat melakukan pembelian ulang. Namun hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan oleh Schmit (2018) dan Angriyani (2016) menyebutkan *customer value* tidak berpengaruh terhadap *repurchase intention*.

kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu penting dari kepuasan pelanggan dan secara langsung akan mempengaruhi keberhasilan organisasi (Tat, *et al*, 2011). Menurut Kottler (2016) memberikan kualitas pelayanan yang prima merupakan strategi pemenang dan dapat menciptakan kepercayaan pelanggan dan keunggulan kompetitif. Tujuan memberikan kualitas yang prima adalah untuk memuaskan pelanggan dan dapat menimbulkan niat untuk kembali membeli. Penelitian terkait dengan kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention* dilakukan oleh Wiradarma (2020), Bernarto (2019), Wilson (2019) yang menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat membeli kembali. Namun hasil berbeda ditunjukkan oleh Diah (2017) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan

tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian yang tidak konsisten, maka tertarik untuk dilakukan penelitian dengan judul :“Pengaruh *price*, *customer value*, dan *service quality* terhadap *repurchase intention*”.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *Theory of Reason Action* (TRA)

Teori ini dinamai dengan Teori Perilaku Terencana (*theory of planned behaviour*). Inti dari teori perilaku terencana mencakup 3 hal yaitu, keyakinan akan kemungkinan hasil serta evaluasi dari perilaku tersebut (*behavioral beliefs*), keyakinan akan norma yang diharapkan serta motivasi untuk memenuhi harapan yang diinginkan (*normative beliefs*), dan keyakinan tentang suatu faktor yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (*control beliefs*).

Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa praktik atau perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* akan dipengaruhi oleh niat individu, dan niat individu tersebut terbentuk dari sikap dan norma subyektif.

### 2.2 Price

Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa Tjiptono (2017). Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2017:340) harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas maka yang dimaksud harga dalam penelitian ini adalah salah satu penentuan keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan di

peroleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa jasa maupun barang.

### 2.3 Customer value

Menurut Tan, (2019) *Customer Value* adalah penilaian keseluruhan pelanggan terhadap utilitas produk, layanan, dan pengalaman berdasarkan kesadaran pelanggan akan manfaat yang diterima, pengorbanan yang dibuat, atau biaya yang dikeluarkan. Tjiptono (2017) mendefinisikan nilai pelanggan sebagai ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari perusahaan dan mendapati bahwa proudk atau jasa tersebut memberi nilai tambah.

Berdasarkan pengertian dari para ahli maka dapat diartikan nilai pelanggan berarti manfaat fungsional dari sebuah alat akan tetapi keseluruhan rangkaian dari proses penyampaian kepada pelanggan sampai pelayanan setelah penjualan merupakan nilai yang dapat dinikmati oleh pelanggan.

### 2.4 Service quality

kualitas pelayanan dalam penelitian adalah sebuah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam memenuhi harapan pelanggan.

### 2.5 Repurchase Intention

Menurut Adinata (2018) minat pembelian ulang (*online repurchase intention*) adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek. Minat pembelian ulang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang untuk waktu yang akan datang Minat beli timbul setelah menerima stimulasi dari sesuatu yang di lihat disertai dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang

tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang. Menurut Adrian (2017:92) minat (*interest*) didefinisikan sebagai berikut *interest* adalah ketertarikan seorang konsumen terhadap suatu produk.

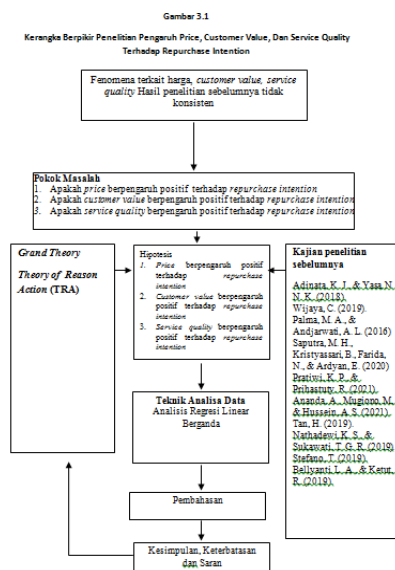
Berdasarkan definisi menurut para ahli maka yang dimaksud dengan *repurchase intention* atau niat pembelian ulang yang dimaksud adalah pada saat membutuhkan akan suatu produk atau jasa pelanggan akan membeli kembali produk yang sama, ada ikatan emosional antara pelanggan dengan suatu pemasar.

### III. KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

#### 3.1 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Berpikir



Sumber: Hasil pemikiran peneliti (2021)

#### 3.2 Hipotesis

H<sub>1</sub>: *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

H<sub>2</sub>: *Customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

H<sub>3</sub>: *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

### IV. METODE PENELITIAN

#### 4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Batik Air di Bali. Adapun alasan yang melatar belakangi melakukan penelitian ini mengingat pada maskapai ini terdapat fenomena terkait harga, nilai pelanggan, kualitas pelayanan.

#### 4.2 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pengaruh price, customer value, dan service quality terhadap repurchase intention.

#### 4.3 Identifikasi Variabel

##### 4.3.1 Variabel bebas (Independent Variabel)

Sugiyono (2019) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam bebas adalah price (X<sub>1</sub>), customer value (X<sub>2</sub>), service quality (X<sub>3</sub>)

##### 4.3.2 Variabel terikat (Independent Variabel)

Variabel terikat atau Independent Variabel (Y) Sugiyono (2019) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah repurchase intention (Y).

#### 4.4 Definisi Operasional Variabel

Untuk mempermudah serta memperjelas dari pengertian variabel-variabel dalam penulisan penelitian, maka secara operasional dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 4.4.1 Price/harga (X<sub>1</sub>)

Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada Batik Air di Bali untuk mendapatkan jasa

penerbangan yang ingin dibeli oleh konsumen. Didalam penelitian ini variabel harga diukur menggunakan indikator menurut Palma (2016) sebagai berikut:

- a) Harga terjangkau daya beli konsumen, dimana konsumen Batik Air di Bali membeli jasa yang memiliki harganya terjangkau sehingga mudah dicapai atau dibeli (X1.1)
- b) Harga bersaing dengan merek lain, yaitu konsumen Batik Air di Bali biasanya membeda-bedakan harga jasa yang mau dibeli (X1.2)
- c) Pemberian diskon atau potongan harga, pihak manajemen perusahaan Batik Air di Bali memberikan potongan terhadap konsumen pada pembelian jasa yang diinginkan (X1.3)

#### 4.4.2 Customer value/nilai pelanggan (X2)

Nilai pelanggan adalah manfaat fungsional dari sebuah alat akan tetapi keseluruhan rangkaian dari proses penyampaian kepada pelanggan sampai pelayanan setelah penjualan merupakan nilai yang dapat dinikmati oleh pelanggan Batik Air di Bali.

Indikator nilai Pelanggan menurut Sweeney & Soutar dalam Tjiptono (2017:376) terdapat 4 aspek utama dari nilai pelanggan yaitu:

- a) Emotional Value (Nilai Emosional)  
Emotional Value adalah utilitas yang berasal dari perasaan atau emosi positif yang berasal dari mengkonsumsi jasa Batik Air di Bali (X2.1)
- b) Social Value (Nilai Sosial)  
Social Value adalah utilitas yang di dapat dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen Batik Air di Bali. (X2.2)
- c) Quality / Performance Value (Nilai Kualitas)  
Quality / Performance Value adalah utilitas yang diperoleh dari persepsi

terhadap kinerja yang diharapkan dari suatu jasa Batik Air Bali (X2.3)

- d) Price Value (Nilai Harga)  
Price Value adalah utilitas yang diperoleh dari persepsi terhadap kinerja yang diharapkan dari suatu jasa Batik Air di Bali (X2.4)

#### 4.4.3 Service quality / kualitas pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan dalam penelitian adalah sebuah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan Batik Air di Bali serta ketepatan penyampaian dalam memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Zeithaml, (2017:154-155), terdapat 5 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas layanan, yaitu:

- a) Tangibles (Bukti Fisik)  
Tangibles berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan yang digunakan oleh perusahaan, penampilan karyawan, serta komunikasi yang digunakan oleh Batik Air di Bali (X3.1)
- b). Reliability (Kehandalan)  
Reliability berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, karyawan dapat diandalkan serta mampu memberikan pelayanan administrasi secara akurat oleh Batik air di Bali (X3.2)
- c) Responsiveness (Daya Tanggap)  
Responsiveness berkaitan dengan kesediaan para karyawan Batik Air di Bali untuk membantu konsumen dalam segala hal, serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat (X3.3)
- d) Assurance (Jaminan)  
Assurance berkaitan dengan jaminan

yang diberikan perusahaan Batik Air di Bali dalam memberikan kepercayaan kepada konsumen agar konsumen merasa aman saat berurusan dengan perusahaan, karyawan memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan, serta karyawan selalu bersikap

sopan dalam melayani konsumen (X3.4)

e) Emphaty (Empati)

Emphaty berkaitan dengan kemudahan perusahaan Batik Air di Bali untuk diakses oleh konsumen, perusahaan mengkomunikasikan informasi mengenai apapun dengan baik kepada konsumen, dan kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan konsumen (X3.5)

4.4.4 Repurchase Intention/niat membeli kembali (Y)

Repurchase intention atau niat pembelian ulang yang dimaksud adalah pada saat membutuhkan akan suatu jasa pelanggan Batik Air di Bali akan membeli kembali jasa yang sama, ada ikatan emosional antara pelanggan dengan suatu pemasar.

Menurut Nathadewi (2019), minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut:

a) Minat transaksional:

Yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli jasa Batik Air di Bali (Y1)

b) Minat referensial:

Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan Batik Air di Bali kepada orang lain (Y2)

c) Minat preferensial:

Yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang

yang memiliki preferensi utama pada jasa yang ditawarkan Batik Air di Bali (Y3)

d) Minat eksploratif:

Minat ini menggambarkan perilaku konsumen Batik Air di Bali yang selalu mencari informasi mengenai jasa yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang sama (Y4)

4.5 Jenis dan Sumber Data

4.5.1 Jenis Data

4.5.1.1 Data Kualitatif

Adalah data yang disajikan dalam bentuk kata variabel bukan dalam bentuk angka Sugiyono (2019). Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian, meliputi: sejarah singkat berdirinya Batik Air

4.5.1.2 Data Kuantitatif

Adalah jenis data yang berupa angka- angka dan dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau bentuk angka Sugiyono (2019). Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah : hasil kuesioner variabel price, customer value, service quality, repurchase intention.

4.5.2 Sumber Data

Yang dikaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu

4.5.2.1 Data primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian atau didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan yang meliputi hasil pengisian kuisisioner price, customer value, service quality, repurchase intention.

#### 4.5.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara dan dicatat oleh pihak lain. Misalnya sejarah perusahaan, market share penumpang pesawat.

### 4.6 Populasi dan Sampel

#### 4.6.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Batik Air di Bali yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti.

#### 4.6.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2019). Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka pengambilan jumlah sampel menggunakan kaidah menurut Hair (2016) yang menyatakan bahwa jumlah sampel diperoleh dari perkalian konstanta (5 hingga 10) dengan jumlah indikator penelitian. Pada penelitian ini jumlah indikator sebanyak 16, sedangkan nilai konstanta diambil 5 dengan pertimbangan keterjangkauan responden dan keterbatasan waktu penelitian. Sehingga jumlah sampel penelitian ini ( $16 \times 5 = 80$  orang). Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Adapun syarat inklusi responden dalam penelitian ini adalah pernah menggunakan jasa Batik Air minimal sekali, dan usia minimal 18 tahun.

### 4.7 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang

diperlukan dalam penelitian ini, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### Studi Dokumentasi

Dokumentasi menurut, Sugiyono (2019) adalah satu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data untuk ditelaah. Teknik pengumpulan data dengan cara mengambil data yang diperlukan dari sumber data, yaitu catatan-catatan atau arsip-arsip yang ada di internet.

#### Metode Kuisisioner

Kuisisioner, menurut Sugiyono (2019) kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian yang telah disiapkan dan ditujukan kepada responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden mengenai price, customer value, service quality, repurchase intention. Kuisisioner ini menggunakan sistem kuisisioner tertutup, artinya responden diberikan alternatif jawaban untuk memilih satu dari lima kategori jawaban. Kategori jawaban tersebut akan diberi skor dengan menggunakan skala likert.

#### Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Secara umum terdapat dua jenis instrumen yaitu instrument yang disusun sendiri oleh peneliti dan instrument yang sudah terstandar. Penelitian yang menggunakan instrument terstandar tidak terlalu dituntut untuk melakukan uji coba kembali. Sedangkan peneliti yang disusun sendiri mempunyai kewajiban untuk menguji kembali instrumennya agar data

yang terkumpul benar-benar data yang andal.

Berdasarkan hal tersebut penting dilakukan pengujian untuk memastikan tingkat validitas dan reliabilitas instrumen-instrumen penelitian sesuai dengan kriteria-kriteria yang ditentukan.

#### Uji Validitas

Dalam suatu penelitian ilmiah alat pengumpul data yang digunakan harus memenuhi persyaratan. Kuisisioner price, customer value, service quality, repurchase intention sebelum digunakan mengumpulkan data, terlebih dahulu diuji cobakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya dalam mengungkapkan apa yang hendak diukur. Menurut Sugiyono (2019) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, dengan mengkolerasikan skor item dengan total item – item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai kolerasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  (Sugiyono, 2019).

#### 4.9 Analisis Data

Dalam rangka untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis dalam penelitian ini, maka digunakan

metode analisis dengan menggunakan pendekatan statistik. Adapun langkah-langkah dalam analisis dapat disampaikan sebagai berikut:

##### Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat keputusan bersifat umum. Termasuk dalam analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram pengukuran tendensi sentral (modus, median, dan mean), perhitungan penyebaran data (perhitungan rata-rata dan standar deviasi) dari perhitungan presentase (Sugiyono,2019). Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel-variabel penelitian.

#### 4.9.2 Analisis Inferensial

##### Analisis Regresi Linier Berganda

Bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh price, customer value, service quality terhadap repurchase intention. Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda (Sugiyono, 2019) dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	=	Repurchase intention
$\alpha$	=	Konstanta
X1	=	Price
X2	=	Customer value
X3	=	Service Quality
b	=	Koefisien regresi

Uji Asumsi Klasik

Sebelum model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis, tentunya model tersebut bebas dari uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui model regresi



lolos dari uji asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan adalah sebagai berikut.

**Uji Normalitas**

Menurut Sugiyono (2019) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independent dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Sugiyono, 2019). Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance atau variance inflation factor (VIF). Jika ada tolerance atau VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak ada gejala multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Sugiyono,2019). Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji glejser. Metode ini digunakan dengan meregresi nilai absolute residual (AbUt) terhadap variabel bebas yang berpengaruh pada absolute residual, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Analisis Korelasi Berganda (R)**

Analisis ini digunakan untuk

mengetahui besarnya hubungan antara price, customer value, dan service quality dengan repurchase intention, yaitu variabel bebas dan variabel terikat, (Sugiyono, 2019).

**Tabel 4.1**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Antara 0,00 sampai 0,199	Sangat rendah Rendah
Antara 0,20 sampai 0,399	Sedang Kuat
Antara 0,40 sampai 0,599	Sangat kuat
Antara 0,60 sampai 0,799	
Antara 0,80 sampai 0,1000	

Sumber: Sugiyono (2019)

**Analisis Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)**

Analisis determinasi berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X1, X2,X3) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Berikut rumus menghitung determinasi adalah:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Determinasi

R<sup>2</sup> = Kuadrat koefisien korelasi

Karena kita ketahui bahwa koefisien korelasi berkisar -1 sampai +1, maka tentulah koefisien determinasi itu tidak pernah negatif dan paling besar sama dengan satu (+1).

**Uji t**

Uji Signifikan Parsial (t-test) yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individual. Menurut Sugiyono (2019:204), Ho diterima atau Hi ditolak jika  $\text{sig} \leq \alpha$  (5%) Ho ditolak. Menentukan besarnya t hitung yang diperoleh dari hasil

regresi dengan program Statiscal Product and Service Solution (SPSS)

Uji F

Uji signifikansi simultan (F-test) digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2019:293) jika nilai  $\text{sig} \leq (\alpha)$  (5%),  $H_0$  ditolak. Menentukan besarnya F hitung yang diperoleh dari hasil regresi dengan program Statistical product and service solution (SPSS for Windowws).

## V. Hasil Analisis dan Pembahasan

### 5.2.1 Hasil Anlisis Penelitian

#### 1) Deskripsi karakteristik responden

Responden dari penelitian ini adalah konsumen yang diambil sebanyak 80 orang sebagai sampel. Karakteristik responden yang berusaha diungkap dalam penelitian ini meliputi: umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Secara ringkas karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a) Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 5.1 Berikut ini:

**Tabel 5.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	41	51,3
Perempuan	39	48,8
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 5.1 menunjukkan dari 80 responden, sebanyak 51,3 persen (41 orang) berjenis kelamin laki-laki dan 48,8 persen (39 orang) berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan konsumen Batik Air adalah laki-laki.

##### b) Pendidikan

Karakteristik responden jika ditinjau berdasarkan karakteristik pendidikan dapat dilihat pada Tabel 5.2 berikut ini.

**Tabel 5.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Karakteristi k Pendidikan	Jumlah (Orang )	Persentas e (%)
SMA/K	10	12,5
Diploma	11	13,8
S1	59	73,7
Total	80	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 5.2 dapat terlihat pendidikan SMA/K sebanyak 12,5 persen (10 orang), Diploma sebanyak 13,8 persen (11 orang), S1 sebanyak 73,7 persen (59 orang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen Batik Air berasal dari kalangan yang berpendidikan tinggi.

##### c) Costumer value

Karakteristik responden berdasarkan *costumer value* dapat dilihat pada Tabel 5.3 berikut ini.

**Tabel 5.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Mahasiswa	5	6,3
Karyawan swasta	38	47,5
PNS	9	11,3
Lain	28	35,0
Total	80	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 5.3 dapat terlihat mahasiswa sebanyak 6,3 persen (5 orang), karyawan swasta sebanyak 47,5 persen, PNS sebanyak 11,3 persen (9 orang), lain sebanyak 35 persen (28 orang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen Batik Air sebagian besar berprofesi sebagai karyawan swasta.

##### d) Karakteristik umur

Karakteristik responden berdasarkan karakteristik umur dapat dilihat pada Tabel 5.4 berikut ini.

**Tabel 5.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
36-45	44	55
>45	36	45
Total	80	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 5.4 dapat terlihat bahwa sebagian besar umur responden 36-45 tahun sebanyak 55 persen (44 orang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen Batik Air merupakan kelompok umur produktif.

## 2) Uji validitas dan reliabilitas

### a) Uji validitas

Dalam suatu penelitian ilmiah alat pengumpul data yang digunakan harus memenuhi persyaratan. Kuisisioner *price*, *customer value*, *service quality*, *repurchase intention* sebelum digunakan mengumpulkan data, terlebih dahulu diuji cobakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya dalam mengungkapkan apa yang hendak diukur. Menurut Sugiyono (2019) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, dengan mengkolerasikan skor item dengan total item – item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai kolerasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

**Tabel 5.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Koefisien Korelasi	Cut point	Keterangan
<i>Price</i>	X1.1	0,962	0,3	Valid
	X1.2	0,916	0,3	Valid
	X1.3	0,959	0,3	Valid
<i>Customer value</i>	X2.1	0,941	0,3	Valid
	X2.2	0,915	0,3	Valid
	X2.3	0,923	0,3	Valid
	X2.4	0,938	0,3	Valid
<i>Service Quality</i>	X3.1	0,972	0,3	Valid
	X3.2	0,914	0,3	Valid
	X3.3	0,831	0,3	Valid
	X3.4	0,901	0,3	Valid
<i>Repurchase intention</i>	X3.5	0,968	0,3	Valid
	Y1	0,686	0,3	Valid
	Y2	0,816	0,3	Valid
	Y3	0,820	0,3	Valid
	Y4	0,677	0,3	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 5.5 nilai koefisien korelasi pada setiap item pernyataan bernilai lebih besar dari 0,3 dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan yang dibuat telah memenuhi kaidah validitas instrumen.

### b) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  (Sugiyono, 2019).

**Tabel 5.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
<i>Price</i>	0,941	Reliabel
<i>Customer value</i>	0,946	Reliabel
<i>Service quality</i>	0,952	Reliabel
<i>Repurchase intention</i>	0,744	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 5.6 menunjukkan semua nilai alpha cronbach diatas 0,6 dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria reliabel.

### 3) Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam deskripsi variabel penelitian akan diuraikan persepsi responden tentang variabel *price*, *costumer value*, *service quality*, dan *repurchase intention*. Dimana penilaian secara kuantitatif menggunakan skala interval dengan mengintegrasikan rata-rata skor menurut kategori penilaiannya. Rumus interval kelas (Akbar, 2016:84).

$$C(\text{Interval Kelas}) = \frac{R(\text{Range})}{K(\text{Jumlah Klasifikasi})}$$

$$C = \frac{4}{5} = 0,8$$

Dari nilai interval kelas maka diperoleh batas-batas klasifikasi (kriteria) dengan kategori penilaian sebagai berikut:

**Tabel 5.7**  
**Kategori Variabel**

Interval	Kategori
1,00 - 1,80	= Sangat kurang
1,81 - 2,60	= Kurang baik
2,61 - 3,40	= Cukup baik
3,41 - 4,20	= Baik
4,21 - 5,00	= Sangat baik

Sumber: Akbar, 2016:84.

Adapun persepsi variabel *price*, *costumer value*, *service quality* dan *repurchase intention* sebagai berikut:

#### a) Deskripsi Variabel *Price* (X<sub>1</sub>)

Deskripsi data tanggapan responden terhadap *price* yang disebarkan kepada 80 responden dengan 3 pernyataan yang menyangkut indikator *price* seperti pada Tabel 5.8 berikut:

**Tabel 5.8**  
**Deskripsi Variabel *Price* (X<sub>1</sub>)**

Indikator	Jawaban(Orang)					Rerata	Keterangan
	STS	TS	KS	S	SS		
Harga terjangkau daya beli konsumen	0	14	26	40	0	3,33	Cukup Baik
Harga bersaing dengan merek lain	0	18	30	32	0	3,18	Cukup Baik
Pemberian diskon atau potongan harga,	0	16	25	39	0	3,29	Cukup Baik
<b>Rerata</b>						<b>3,26</b>	<b>Cukup Baik</b>

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 5.8, terlihat bahwa rata-rata skor dari 3 indikator mengenai *price* yaitu sebesar 3,26 yang berarti cukup baik. Hal ini berarti konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini menilai *price* pada Batik Air adalah cukup baik. Indikator yang bernilai paling tinggi adalah harga terjangkau daya beli konsumen sebesar 3,33 dan indikator yang bernilai terendah yaitu harga bersaing dengan merek lain (3,18).

#### b) Deskripsi Variabel *Costumer Value* (X<sub>2</sub>)

Deskripsi data tanggapan responden terhadap *costumer value* yang disebarkan kepada 80 responden dengan 4 pernyataan yang menyangkut indikator *costumer value* seperti pada Tabel 5.9 berikut:

**Tabel 5.9**  
**Deskripsi Variabel *Costumer Value* (X<sub>2</sub>)**

Indikator	Jawaban(Orang)					Rerata	Keterangan
	STS	TS	KS	S	SS		
Nilai emosional	0	5	28	37	10	3,65	Baik
Nilai sosial	0	11	28	31	10	3,50	Baik
Nilai kualitas	0	11	27	32	10	3,51	Baik
Nilai harga	0	9	26	35	10	3,58	Baik
<b>Rerata</b>						<b>3,56</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 5.9, terlihat bahwa rata-rata skor dari 4 indikator mengenai *costumer value* yaitu sebesar 3,56. Hal ini berarti konsumen Batik Air menilai *costumer value* dengan kategori baik. Indikator tertinggi ditunjukkan pada nilai emosional (X2.1) sebesar 3,65 namun indikator yang bernilai paling rendah nilai sosial (X2.2) (3,50).

### c) Deskripsi Variabel Service Quality (X<sub>3</sub>)

Deskripsi data tanggapan responden terhadap *service quality* yang disebarkan kepada 80 responden dengan 5 pernyataan yang menyangkut dimensi *service quality* seperti pada Tabel 5.10 berikut:

**Tabel 5.10**  
**Deskripsi Variabel Service Quality (X<sub>3</sub>)**

Dimensi	Jawaban(Orang)					Rerata	Keterangan
	S	T	K	S	S		
Tangible	0	14	23	39	4	3,41	Baik
Reliability	0	9	22	34	5	3,31	Cukup Baik
Responsiveness	0	22	29	26	3	3,13	Cukup Baik
Assurance	0	6	30	28	6	3,30	Cukup Baik
Emphaty	0	6	21	39	4	3,39	Cukup Baik
<b>Rerata</b>						<b>3,31</b>	<b>Cukup Baik</b>

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 5.10, terlihat bahwa rata-rata skor dari 5 dimensi mengenai *service quality* yaitu sebesar 3,31 yang berarti cukup baik. Hal ini berarti konsumen Batik Air menilai *service quality* adalah cukup baik. dimensi yang bernilai paling tinggi yaitu *tangible* (3,412) dan nilai terendah pada dimensi *assurance* (3,30).

### d) Deskripsi Variabel Repurchase Intention (Y)

Deskripsi data tanggapan responden terhadap *repurchase intention* yang disebarkan kepada 85 responden dengan 4 pernyataan yang menyangkut indikator *repurchase intention* seperti pada Tabel 5.11 berikut:

**Tabel 5.11**  
**Deskripsi Variabel Repurchase Intention (Y)**

Indikator	Jawaban(Orang)					Rerata	Keterangan
	STS	TS	KS	S	SS		
Minat transaksional	0	4	44	32	0	3,35	Cukup baik
Minat referensial	0	12	44	24	0	3,15	Cukup baik
Minat preferensial	0	10	49	20	1	3,15	Cukup baik
Minat eksploratif	0	7	49	24	0	3,21	Cukup baik
<b>Rerata</b>						<b>3,22</b>	<b>Cukup baik</b>

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 5.11, terlihat nilai rata-rata skor dari 4 indikator mengenai *repurchase intention* yaitu sebesar 3,22 yang berarti cukup tinggi. Hal ini berarti konsumen Batik Air menilai *repurchase intention* adalah cukup tinggi. Indikator dengan nilai tertinggi minat transaksional (3,35) dan indikator terendah minat preferensial dan minat referensial (3,15).

### 4) Analisis Inferensial

#### a) Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian regresi berganda untuk mengevaluasi pengaruh *price*, *costumer value* dan *service quality* terhadap *repurchase intention* disajikan pada Tabel 5.12

**Tabel 5.12**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients Beta (β)	t	Sig.
	b	Std. Error			
Konstanta	1	0,716	-	2,194	0,031
Price (X1)	5	0,043	0,371	7,247	0,000
Costumer value (X2)	7	0,030	0,288	5,613	0,000
Service quality (X3)	10	0,024	0,757	14,733	0,000
R	0,895				
Adjusted Rsquare	0,794				
F hitung	102,418				
Sig F hitung	0,000				

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 5.12 hasil analisis regresi, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 1,571 + 0,314X_1 + 0,169X_2 + 0,352X_3$

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

$b_1$  = Koefisien *price* bernilai positif 0,314 berarti peningkatan terhadap *price* maka *repurchase intention* akan meningkat dengan asumsi variabel bebas lainnya tidak berubah.

$b_2$  = Koefisien *costumer value* bernilai positif 0,169 berarti peningkatan pada *costumer value* maka

*repurchase intention* akan meningkat, dengan asumsi variabel bebas lainnya tidak berubah.

$b_3$  = Koefisien *service quality* bernilai positif 0,352 berarti peningkatan pada *service quality* maka *repurchase intention* akan meningkat, dengan asumsi variabel bebas lainnya tidak berubah.

### b) Uji Asumsi Klasik

#### (1) Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat data yang digunakan dalam penelitian telah berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak, salah satunya dengan melakukan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 5.13**  
**Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,82551562
Most Extreme Differences	Absolute	,201
	Positive	,201
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		,794
Asymp. Sig. (2-tailed)		,103

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 5.13 diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,103 yang lebih besar dari 0,05. Hal itu berarti data telah berdistribusi normal.

#### (2) Uji multikolinearitas

Metode untuk mengetahui adanya multikolinearitas dalam model regresi adalah terlihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor*(VIF). Pada tabel di bawah ini disajikan hasil perhitungan nilai *tolerance* dan VIF kurang dari angka 10 dan angka *tolerance* lebih dari 0,1 menggunakan program SPSS.

**Tabel 5.14**

### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficient<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 X1	,997	1,003
X2	,992	1,008
X3	,989	1,011

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 6

Tabel 5.14 menunjukkan bahwa nilai tolerance *price* ( $X_1$ ) sebesar 0,997, *costumer value* ( $X_2$ ) sebesar 0,992, *service quality* ( $X_3$ ) sebesar 0,989 dan *variance inflation factor* (VIF) variabel *price* ( $X_1$ ) sebesar 1,003, variabel karakteristik *costumer value* ( $X_2$ ) sebesar 1,008, *service quality* sebesar 1,011 sehingga semua variabel bebas bernilai *tolerance* lebih dari 0,1 atau *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10, maka disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

### (3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Uji ini dapat dianalisis melalui uji Glejser dengan meregresikan nilai absolut residual sebagai variabel terikat dengan variabel bebas. Jika variabel bebas signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas (Sugiyono, 2017:109). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 5.15.

**Tabel 5.15**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,176	,459		4,737	,000
X1	,009	,028	,032	,319	,750
X2	-,060	,119	-,312	-,500	,375
X3	-,052	,115	-,341	-,448	,501

a. Dependent Variable: Abres

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 5.15 dapat dilihat bahwa nilai sig > 0,05 dengan demikian variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel absolut residu.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### c) Analisis Korelasi Berganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan antara *price*, *customer value*, dan *service quality* dengan *repurchase intention*. Pada tabel 5.10 diketahui nilai korelasi sebesar 0,895 yang artinya ada hubungan yang sangat kuat *price*, *customer value*, dan *service quality* dengan *repurchase intention*.

### d) Koefisien Determinasi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi *price*, *costumer value*, *service quality* terhadap *repurchase intention* yang dinyatakan dalam persentase, ditunjukkan pada Tabel 5.12. Berdasarkan hasil analisis statistik pada Tabel 5.12 diperoleh besarnya koefisien determinasi sebesar 0,794 atau 79,4%. Ini menunjukkan *price*, *costumer value*, dan *service quality* memberikan pengaruh terhadap *repurchase intention* sebesar 79,4% dan 20,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### e) Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui masing-masing atau secara parsial variabel bebas yaitu *price*, *costumer value* dan *service quality* terhadap variabel terikat *repurchase intention*. Sementara itu secara parsial pengaruh dari ketiga variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat ditunjukkan pada Tabel 5.12.

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel *price* diperoleh nilai  $t_{hitung} = 7,247$  nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini berarti bahwa *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Berdasarkan hasil pengujian variabel *costumer value* diperoleh nilai  $t_{hitung} = 5,613$  nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Ini berarti bahwa *costumer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

Berdasarkan hasil pengujian variabel *service quality* diperoleh nilai

$t_{hitung} = 14,733$  nilai sig  $0,0010 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Ini berarti bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

#### f) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat, adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka variabel bebas secara simultan atau secara bersama berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji *model fit* (uji F) dapat dilihat pada Tabel 5.13 diperoleh nilai Sig  $F = 0,000$  lebih kecil dari  $0,05$ , ini berarti bahwa secara simultan *price* ( $X_1$ ), *costumer value* ( $X_2$ ) dan *service quality* ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap *repurchase intention* ( $Y$ ). Maka model layak digunakan.

### 5.2.2 Pembahasan

#### 1) Pengaruh Price Terhadap Repurchase Intention

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda diperoleh nilai *unstandardized coefficients B* ( $b_1$ ) sebesar  $0,314$  dan uji  $t$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Hasil penelitian memberikan makna bahwa semakin kompetitif harga yang ditawarkan oleh Batik Air maka *repurchase intention* semakin meningkat.

Variabel harga yang diukur menggunakan indikator harga yang terjangkau, harga bersaing, dan pemberian diskon dapat mempengaruhi niat membeli konsumen untuk menggunakan jasa Batik Air sebagai moda transportasi udara. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan sebagai manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2018:152). Harga merupakan salah satu cara untuk mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian. Perbedaan layanan

yang dirasakan dapat menimbulkan kewajaran harga di benak konsumen, kewajaran harga yang dirasakan akan menimbulkan niat beli yang akan membentuk keputusan membeli (Atmaja, 2011).

Hasil penelitian ini sejalan dengan Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Wijaya, C. (2019) menyebutkan bahwa *harga/price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

#### 2) Pengaruh Costumer Value Terhadap Repurchase Intention

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda diperoleh nilai *unstandardized coefficients B* ( $b_2$ ) sebesar  $0,169$  dan uji  $t$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui *costumer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Hasil penelitian memberikan makna bahwa semakin tinggi *costumer value* maka *repurchase intention* semakin meningkat. Variabel nilai pelanggan yang diukur menggunakan variabel nilai emosional, nilai sosial, nilai kualitas, nilai harga terbukti dapat mempengaruhi niat membeli kembali konsumen Batik Air.

Huang (2019) menyatakan bahwa niat pembelian kembali dipengaruhi oleh persepsi nilai, yang ditentukan oleh rasio antara manfaat yang dirasakan dan pengorbanan yang dirasakan ketika membeli produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. (2016), Saputra, M. H., Kristyassari, B., Farida, N., & Ardyan, E. (2020) Pratiwi, K. P., & Prihastuty, R. (2021) menyebutkan bahwa *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*.

#### 3) Pengaruh Service Quality Terhadap Repurchase Intention

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda diperoleh nilai *unstandardized coefficients B* ( $b_3$ ) sebesar  $0,352$  dan uji  $t$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil



penelitian dapat diketahui *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Hasil penelitian memberikan makna bahwa semakin tinggi *service quality* maka *repurchase intention* semakin meningkat. Variabel kualitas pelayanan yang diukur menggunakan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terbukti dapat mempengaruhi niat membeli kembali konsumen Batik Air.

Persaingan yang ketat pada industri, mengharuskan masing-masing perusahaan untuk berlomba menarik minat pelanggan dengan menyediakan berbagai fasilitas dan pelayanan yang terbaik sebagai wujud kualitas pelayanan (Adriani, 2019). Keberhasilan kualitas jasa yang diberikan tergantung pada penilaian pelanggan atas kualitas jasa yang diberikan. Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapannya maka pelanggan akan merasa puas dan mempengaruhi untuk menggunakan kembali jasa tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Sukawati, T. G. R. (2019), Stefano, T. (2019). Bellyanti, L. A., & Ketut, R. (2019) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli kembali.

## VI. PENUTUP

### 6.1 Simpulan

- 1) *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, yang artinya semakin kompetitif harga yang ditawarkan oleh Batik Air maka *repurchase intention* semakin meningkat.
- 2) *Costumer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, yang berarti semakin tinggi *costumer value* maka *repurchase intention* semakin tinggi.
- 3) *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, yang berarti semakin tinggi *service quality* maka

*repurchase intention* semakin tinggi.

### a. Keterbatasan dan Saran

#### 1. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dapat disampaikan dari penelitian ini yaitu penggunaan responden masih terbatas pada konsumen Batik Air sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir pada perusahaan yang lainnya.

#### 2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan yang telah diuraikan, maka yang dapat disarankan kepada Batik Air sebagai berikut:

1. Hasil penelitian telah membuktikan bahwa *price* mempengaruhi *repurchase intention*, maka dari itu perusahaan agar memperhatikan aspek harga/*price* terutama pada harga yang bersaing dari merek lain.
2. Hasil penelitian telah membuktikan bahwa *costumer value* mempengaruhi *repurchase intention*, maka dari itu perusahaan diharapkan dapat meningkatkan *costumer value* terutama pada nilai sosial berupa mendorong citra perusahaan menjadi lebih tinggi.
3. Hasil penelitian telah membuktikan bahwa *service quality* mempengaruhi *repurchase intention*, maka dari itu untuk meningkatkan *service quality*, sebaiknya perusahaan perlu meningkatkan indikator yang dipersepsikan rendah oleh responden yaitu *reliability* dan *responsiveness*.

### DAFTAR PUSTAKA

Adinata, K. J., & Yasa, N. N. K. (2018). Pengaruh kepercayaan, persepsi harga, dan sikap terhadap niat beli

- kembali di situs lazada. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8), 4153-4180.
- Adrian, Payne. 2017. *The Essence of Service Marketing*; Alih Bahasa Fandy Tjipno -Edisi II . Yogyakarta: Andi.
- Adriani, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Dan Niat Menggunakan Kembali. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 4, 2019: 1956 – 1984.
- Alma, Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Alfabeta. Bandung.
- Ananda, A., Mugiono, M., & Hussein, A. S. (2021). The influence of store image on repurchase intention: the mediation role of perceived value and customer satisfaction. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, 10(4), 17-27.
- Angriyani, D., Maidin, A., & Noor, N. B. (2014). Pengaruh Perceived Value Pasien Umum (Non-Papua) Terhadap Niat Pemanfaatan Ulang Pelayanan Instalasi Rawat Jalan Rsud Jayapura The Influence Of General Patients'(Non-Papuan) Perceived Value On The Intention Of Repurchase. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*. Vol 11 No.3
- Anoraga, P. 2017. *Manajemen bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Basu, Swastha. 2017. *Manajemen Pemasaran Modren*. BPEE. Yogyakarta.
- Bellyanti, L. A., & Ketut, R. 2019. Role of Customer Satisfaction Mediated Relationship Between Service Quality and Price Fairness on Repurchase Intentions. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 48(5), 48-59.
- Bernarto, I., Wilson, N., & Suryawan, I. N. 2019. Pengaruh website design quality, service quality, trust dan satisfaction terhadap repurchase intention (Studi kasus: tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 80-90.
- Diah Yulisetiari, 2017 Customer repurchase intention and satisfacation in online. *Jurnal Management Vol 2 No.2*.
- Grosttlog,2020. [grosttlog.itltrisakti.ac.id](http://grosttlog.itltrisakti.ac.id).
- Hair, dkk. 2006. *Multivariate Data Analysis*. Pearson International Edition Edition 6. New Jersey.
- Huang, L. C., Gao, M., & Hsu, P. F. 2019. A study on the effect of brand image on perceived value and repurchase intention in ecotourism industry. *Ekoloji*, 28(107), 283-287.
- Junaidi, N. W. 2015. Analisa Pengaruh Customer Value Terhadap Repurchase Intention Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Di Pisa Kafe Manyar Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-12.
- Kotler, Philip. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Prenhalindo. Jakarta.
- Kusumawati, D., & Saifudin, S. 2020. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Wisatawan Masjid Agung Demak). *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 34-44.

- Mardoko, A. 2015. Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Layanan Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Mamuju-Jakarta. *Warta Ardhia Jurnal Perhubungan Udara*, 19-28.
- Nathadewi, K. S., & Sukawati, T. G. R. 2019. Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Lion Air. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6658.
- Oceani, O., & Sutopo, S. 2017. Analisis Pengaruh Citra Merek, Nilai Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Tupperware di Magelang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(1), 216-228.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. 2016. Pengaruh kualitas produk, kemudahan, dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan produk fashion melalui toko online di surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84-104.
- Palma, M. A., & Andjarwati, A. L. 2016. Pengaruh kualitas produk, kemudahan, dan harga terhadap niat beli ulang dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi pada pelanggan produk fashion melalui toko online di surabaya). *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(1), 84-104.
- Pratiwi, K. P., & Prihastuty, R. 2021. Customer Perceived Value dan Online Repurchase Intention pada Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(2), 89-100.
- Putra, P. E. Y., & Sudiksa, I. B. 2016 *Peran Sikap Dalam Memediasi Hubungan Antara Harga Dengan Niat Beli Smartphone Merek Samsung* (Doctoral dissertation, Udayana University).E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.
- Saputra, M. H., Kristiyassari, B., Farida, N., & Ardyan, E. 2020. An Investigation of Green Product Innovation on Consumer Repurchase Intention: The Mediating Role of Green Customer Value. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 11(3 (43)), 622-633.
- Schmitt, P., Skiera, B., & Meyer, S. Research Report Recommendation Intention and Customer Value in Banking. Research Organization Registry (ROR).
- Setiawan, R., & Achyar, A. 2013. Effects of Perceived Trust and Perceived Price on Customers' Intention to Buy in Online Store in Indonesia. *ASEAN Marketing Journal*.
- Stefano, T. 2019. Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Product Quality Dan Perceived Price Terhadap Repurchase Intention Pada Café Kampung Papingan Lumajang. *Agora*, 7(2).
- Sugiyono, 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta Bandung.
- Suprapti, Ni Wayan Sri. 2017. *Perilaku Konsumen*. Denpasar: Udayana University Press
- Tamin, O. Z. 2016. *Perencanaan dan Pemodelan Transportasi*. Bandung: ITB.
- Tan, H. 2019. Pengaruh perceived value terhadap repurchase intention melalui customer satisfaction

sebagai variabel intervening pada pada shopee. *Agora*, 7(1).

Tjiptono, Fandy. 2017. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.

Wijaya, C. 2019. Analisis pengaruh kepuasan atas kualitas produk dan harga terhadap niat beli ulang produk keripik Rasalokal.

Wijaya, C. 2019. Analisis pengaruh kepuasan atas kualitas produk dan harga terhadap niat beli ulang produk keripik Rasalokal. *Jurnal Marketing Vol 15 No. 3*

Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. 2019. The effect of website design quality and service quality on repurchase intention in the e-commerce industry: A cross-continental analysis. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 187-222.

Wiradarma, I. W., & Respati, N. N. 2020. Peran customer satisfaction memediasi pengaruh service quality terhadap repurchase intention pada pengguna lazada di denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 9(2), 637-657.

Yarlina, L. 2016. Evaluasi Kinerja Pelayanan Penumpang di Bandar Udara Sultan Thaha Jambi. *Jurnal Penerbangan Warta Ardia* , 79-100.

Zethaml, Valerie and Marry Jo Bitner. 2017. *Service Marketing*. Mc Graw Hill. New Jersey.

## **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN KOPI DI DESA COLOL, KABUPATEN MANGGARAI TIMUR**

**Bagus Ade Tegar Prabawa<sup>1</sup>, Kadek Tedy Mandala Putra<sup>2</sup>, I Putu Suyasa Ariputra<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Dharma Duta, Universtas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar  
E-mail: [tegarprabawa@gmail.com](mailto:tegarprabawa@gmail.com)

### **Abstrak**

Usahatani kopi menjadi salah satu mata pencaharian penduduk di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur untuk memenuhi kebutuhan hidup. Produksi kopi dihasilkan akan dijual oleh petani kepada pengumpul ataupun lembaga pemasar lainnya, sehingga menimbulkan biaya yang harus dikeluarkan oleh petani dan petani akan memperoleh penerimaan dari harga output yang diperoleh melalui penjualan kopi. Tinggi atau rendahnya produksi kopi yang dihasilkan oleh petani merupakan hal yang mempengaruhi pendapatan petani. Sehingga perlu adanya pemanfaatan media sosial dalam pemasaran kopi di Desa Colol, Kabupaten Manggarai Timur sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan petani. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rantai pemasaran kopi secara keseluruhan yang ada di Desa Colol, Kabupaten Manggarai Timur dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran kopi dengan memanfaatkan media sosial di Desa Colol, Kabupaten Manggarai Timur. Saluran pemasaran kopi yang ada di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur, ada dua macam saluran. Saluran pertama yaitu: petani kopi, pedagang besar, eskportir. Saluran kedua terdiri dari: menggunakan media social. Dari hasil analisis perhitungan biaya pemasaran, harga jual, harga beli serta keuntungan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat, maka pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur sudah efisien.

**Kata kunci: Pemasaran, kopi, media sosial**

### **Abstract**

*Coffee farming is one of the livelihoods of residents in Colol Village, East Manggarai Regency to meet their daily needs. The resulting coffee production will be sold by farmers to collectors or other marketing institutions, resulting in costs that must be incurred by farmers and farmers will receive revenue from the output price obtained through coffee sales. High or low coffee production produced by farmers is something that affects farmers' income. So it is necessary to use social media in coffee marketing in Colol Village, East Manggarai Regency so that it is expected to increase the income of farmers. The purpose of this study was to determine the overall coffee marketing chain in Colol Village, East Manggarai Regency and to determine the efficiency of coffee marketing by utilizing social media in Colol Village, East Manggarai Regency. There are two kinds of coffee marketing channels in Colol Village, East Manggarai Regency. The first channel is: coffee farmers, wholesalers, exporters. The second channel consists of: using social media. From the analysis of the calculation of*

*marketing costs, selling prices, buying prices and the profits of each marketing agency involved, coffee marketing in Colol Village, East Manggarai Regency has been efficient.*

**Keywords:** *Marketing, coffee, social media*

## PENDAHULUAN

Kopi merupakan tanaman yang sudah lama dibudidayakan. Selain sebagai sumber penghasilan rakyat, kopi menjadi komoditas andalan ekspor dan sumber pendapatan devisa negara. Meskipun demikian, komoditas kopi sering kali mengalami fluktuasi harga sebagai akibat ketidakseimbangan antara permintaan dan persediaan komoditas kopi dipasar dunia (Rahardjo, 2012:7).

Komoditi perkebunan ini sangat berperan penting dalam mencukupi kebutuhan penduduk, penyediaan bahan baku industry, memberi peluang usaha kerja serta kesempatan kerja, dan meningkatkan pendapatan petani. Manggarai memiliki presentase areal kopi yang besar pada tingkat nasional, dibandingkan dengan daerah-daerah yang lain, hal ini dapat dilihat dari presentase produksi yang berkontribusi sebesar 26% angka ini terbesar dibandingkan dengan daerah-daerah yang lain di Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Kopi merupakan komoditi unggulan Manggarai Raya (sebutan untuk nama tiga Kabupaten di Manggarai) diantara komoditi-komoditi lain seperti vanili, cengkeh, kelapa dan padi. Jenis kopi yang dibudidayakan ada empat jenis kopi yaitu kopi arabika, kopi liberika, kopi Canephora (robusta), dan kopi hibrida. Pada umumnya petani kopi Manggarai Raya menanam berbagai jenis kopi, namun mayoritas para petani lebih menanam kopi jenis robusta. Nama robusta digunakan untuk tujuan perdagangan, jenis kopi ini memiliki kelebihan dari segi produksi yang lebih tinggi dibandingkan jenis kopi arabika dan liberika. Kopi robusta ditanam pada ketinggian yang lebih tinggi dari kopi arabika agar dapat tumbuh dan berproduksi dengan baik. Penanaman jenis kopi robusta pada lahan dataran rendah akan

menurunkan produksi dan lebih rentan terhadap hama daun.

Kabupaten Manggarai Timur merupakan salah satu bagian wilayah pemekaran dari Kabupaten Manggarai. Kabupaten Manggarai Timur yang berbukit-bukit dengan ketinggian 1.100-1.300 meter di atas permukaan laut memang ideal untuk budidaya tanaman kopi. Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Manggarai Timur, luas lahan kopi tahun 2017 tercatat 1.227.787 hektar (terluas di Kawasan Manggarai ) dengan produksi 5.289 ton. Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Timur melaporkan bahwa selama tahun 2018 produksi kopi sebesar 19.648 ton dan pada tahun 2019 sebesar 19.688 ton. Dan menurut laporan Badan Pusat Statistik Kabupaten Manggarai Timur produksi kopi tahun 2018 sebesar 5.072 ton dan tahun 2019 mencapai 5.088 ton. Potensi alam di wilayah Manggarai sebgaiian besar dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian. Sektor pertanian merupakan penyumbang terbesar perekonomian di Kabupaten Manggarai dan Manggarai Timur. Jenis budidaya pertanian yang dilakukan mencakup budidaya tanaman pangan, tanaman perkebunan, tanaman obat-obatan, tanaman hias, kehutanan dan peternakan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mempertinggi efisiensi pemasaran adalah adanya pasar yang menampung hasil-hasil pertanian dengan harga yang menguntungkan. Pasar komoditi yang terorganisir dengan baik dan terjamin pelaksanaannya, yang dapat menyempurnakan sistem pembentukan harga yang transparan sehingga benar-benar dapat menunjang kelangsungan dan pengembangan sektor produksi dengan memberinya harga pasar yang wajar sebagai harga panutan. Fluktuasi harga yang terjadi menjadi salah satu masalah

petani kopi untuk menjual hasil panen kopi para petani, hal ini yang menjadi penyebab terhadap kestabilan pendapatan produsen dan tingkat konsumsi sehingga hal ini akan memperbesar resiko pemasaran. Pada kondisi yang menyebabkan harga kopi naik dari harga sebelumnya kebanyakan para petani akan menjual kopi mereka pada pengepul atau lembaga pemasar yang lain. Namun Ketika harga kopi mengalami penurunan, para petani cenderung akan menyimpan hasil panen kopi mereka. Dan para petani akan menjualnya kembali pada saat harga kopi mengalami kenaikan dan stabil sehingga para petani tidak mengalami kerugian. Petani kopi harus mengetahui bagaimana resiko terhadap keputusan yang diambil oleh mereka untuk menjual produk mereka agar terhindar dari kerugian dan terlindung dari fluktuasi harga yang terjadi dapat mengakibatkan kerugian terhadap para petani. Pengetahuan mengenai resiko harga penting dimiliki oleh petani, dimana fluktuasi harga menjadi salah satu masalah di dalamnya, para petani dapat memanfaatkan sarana perdagangan berjangka untuk melindungi usahanya dari fluktuasi harga sehingga efisiensi dapat tercapai.

Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran, karena melalui efisiensi pemasaran selain terlihat perbedaan harga yang diterima oleh petani sampai barang tersebut dibayar oleh konsumen akhir. Saluran pemasaran juga menentukan harga margin keuntungan yang diterima oleh para petani, semakin panjang alur pemasaran semakin banyak lembaga pemasaran yang menikmati margin keuntungan petani dengan ekportir.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rantai pemasaran kopi secara keseluruhan yang ada di Desa Colol, Kabupaten Manggarai Timur dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran kopi dengan memanfaatkan media sosial di Desa Colol, Kabupaten Manggarai Timur.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Pemasaran***

Pengertian pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran. Menurut Kotler dan Keller (2016:27), pemasaran adalah sebuah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Dibuktikan dari beberapa definisi pemasaran menurut para ahli yang berbeda-beda, baik dari segi konseptual maupun dari persepsi atau penafsiran, namun semuanya bergantung dari sudut mana tinjauan pemasaran tersebut, akan tetapi pada akhirnya mempunyai tujuan yang sama. Umumnya para ahli pemasaran berpendapat bahwa kegiatan pemasaran tidak hanya bertujuan bagaimana menjual barang dan jasa atau memindahkan hak milik dari produsen ke pelanggan akhir, akan tetapi pemasaran merupakan suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud menciptakan permintaan efektif (Hasyim,2012). Pada umumnya fungsi pemasaran dikelompokkan menjadi:

1. Fungsi pertukaran (*exchange function*) yang meliputi penjualan dan pembelian, yang menciptakan kegiatan kegunaan hak milik.
2. Fungsi fisik (*physical function*) yang meliputi pengangkutan, penyimpanan dan pemrosesan produk yang

menciptakan kegunaan tempat dan waktu.

3. Fungsi penyedia sarana (facilitating function) yang meliputi kegiatan-kegiatan yang menyangkut masalah standarisasi dan grading, penanggung resiko, pembiayaan dan kredit serta informasi pasar dan harga.

Salah satu fungsi dari pemasaran adalah sebagai penyedia sarana yang meliputi harga. Harga merupakan masalah pokok baik bagi pembeli maupun penjual di pasar. Pada semua tingkat dari produksi melalui proses tataniaga hingga ke konsumen akhir harus secara terus menerus dan konstan memperhatikan harga-harga barang dan jasa (Hasyim, 2012).

Harga menjadi acuan seberapa besar nilai pada produk yang dihasilkan oleh para petani. Petani harus mempertimbangkan seberapa besar harga yang pantas untuk produk yang dihasilkan, dari biaya-biaya yang dikeluarkan dari proses produksi hingga produk sampai ke lembaga pemasaran selanjutnya. Petani harus bisa membaca kondisi harga. Ketika menentukan harga produk di pasar saat produknya akan dijual. Harga-harga yang diterima petani dapat mendorong untuk menghasilkan produk yang dapat didistribusikan di pasar jika harga itu cukup menarik. Namun dapat pula membuat para petani tidak bergairah memproduksi jika harga produknya rendah (Hasyim, 2012).

Kebijakan penentuan harga sebagian besar tergantung dengan bentuk-bentuk persaingan yang berlaku dalam masyarakat. Kebijakan penentuan harga yang dilakukan dalam bentuk persaingan monopoli sudah barang tentu berlainan bentuk persaingan bebas (sempurna) atau bentuk oligopoly (Hasyim, 2012). Berdasarkan UU No.10/2011 (Perubahan UU No.32/1997) tentang Perdagangan Berjangka Komoditi, Perdagangan Berjangka Komoditi yang selanjutnya disebut Perdagangan Berjangka adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan jual

beli Komoditi dengan penarikan margin dan dengan penyelesaian kemudian berdasarkan kontrak berjangka, kontrak derivatif syariah, dan/atau kontrak derivatif lainnya. Menurut UU No.10 Tahun 2011, Komoditi adalah semua barang, jasa, hak dan kepentingan lainnya, dan setiap derivatif dari komoditi, yang dapat diperdagangkan dan menjadi subjek kontrak berjangka, kontrak derivatif syariah, dan/atau kontrak derivatif lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif, induktif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman penelitian berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penelitian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan (Sugiyono, 2011).

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di Desa Colol Kecamatan Poco Ranaka Timur Kabupaten Manggarai Timur. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (purposive).

### **Objek Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan dengan melakukan wawancara kepada para petani kopi sebagai pelaku pemasaran. Penelitian ini hanya mencakup pemasaran kopi yang ada di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur.

### **Metode Penelitian**

#### **Populasi dan Sampel**

Sampel menurut (Sugiyono, 2011) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik



yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karakteristik populasi untuk penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti, sehingga penulis memilih Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah Teknik Non Probability Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel.

Metode pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling, yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. Sampel dalam penelitian ini adalah petani kopi di Desa Colol sebanyak 60 orang, pedagang perantara (pedagang kecil dan pedagang besar) sebanyak 8 orang dan 1 karyawan perusahaan eksportir kopi. Jumlah sampel yang ditentukan sejumlah 69 orang karena dengan jumlah sample tersebut sudah dapat mewakili populasi yang ada.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : analisis margin pemasaran. Secara matematik besaran margin pemasaran tiap rantai tataniaga

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, biaya produksi petani kopi dianggap tidak ada. Karena tanaman kopi termasuk tanaman yang menghasilkan/panen setelah kurang lebih berumur 5 tahun setelah tanam. Tentunya jika menghitung biaya produksi, akan meliputi banyak biaya, seperti biaya input, biaya penanaman, biaya pemeliharaan, dan sebagainya. Maka dalam penelitian ini langsung mengenai harga jual dari produsen petani kopi. Dan produk hasil panen kopi yang di jual responden adalah kopi yang berupa kopi biji, yaitu biji kopi yang sudah bersih dari kulit, baik itu kulit dalam maupun kulit luar.

Tabel 4.4 Rata-rata Harga Jual Kopi dari Petani Kopi

No	Keterangan	Sebesar
1.	Rata-rata harga jual	35.000 Rp/kg
2.	Harga jual terendah	30.000 Rp/kg
3.	Harga jual tertinggi	45.000 Rp/kg

Sumber : analisis primer 2021

Dalam penelitian ini didapatkan data, rata-rata harga jual kopi dari responden petani kopi sebesar Rp.35.000 per kilogram. Harga jual terendah dari petani responden sebesar Rp.30.000 per kilo gram di jual dengan harga terendah karena tempat tinggal responden petani kopi jauh dari pasar. Dan harga jual tertinggi sebesar Rp.45.000 per kilogram, hal ini dikarenakan tempat tinggal responden petani kopi dekat dengan pasar dan langsung menjual kepedagang besar. Biaya pemasaran yang dikeluarkan masing-masing lembaga pemasaran kopi yang ada di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur dijelaskan berikut ini.

Tabel 4.5 Biaya pemasaran yang di keluarkan pedagang kecil kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur.

No	Biaya yang di keluarkan	Sebesar
1.	Rata-rata harga beli	Rp.35.000 /kg
2.	Rata-rata harga jual	Rp.40.000 /kg
3.	Rata-rata biaya pemasaran	
	Biaya transport	Rp.800 /kg
	Biaya penyimpanan	Rp 0 /kg
	Biaya angkut	Rp.500 /kg

4.	Keuntungan	Rp. 3.700 /kg
----	------------	---------------

Sumber : analisis primer 2021

Rata-rata harga jual kopi dari responden ke pedagang kecil adalah sebesar Rp.35.000 perkilogram kopi. Harga jual kopi terendah sebesar Rp.30.000 perkilo gram dan harga jual kopi tertinggi Rp.45.000 per kilogram. Sedangkan rata-rata biaya pemasaran yang meliputi biaya transport rata-rata Rp.800 per kilogram kopi, biaya penyimpanan rata-rata Rp.0 per kilogram kopi dan biaya angkut rata-rata Rp.500 per kilogram. Sehingga rata-rata keuntungan yang diterima pedagang kecil sebesar Rp.3700 per kg.

a. Pedagang Besar

Rata-rata harga jual kopi pedagang besar adalah Rp.45.000 per kg sedangkan harga belinya Rp.40.000 per kg. Biaya pemasaran yang meliputi biaya transport, biaya penyimpanan, dan biaya angkut. Rata-rata biaya transport sebesar Rp.800 per kilogram, rata-rata biaya penyimpanan Rp.500 per kilogram, dan rata-rata biaya angkut Rp.800 per kilogram kopi. Sehingga rata-rata keuntungan yang diterima pedagang besar adalah sebesar Rp.2900 per kg.

Tabel 4.6 Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang besar kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur.

No	Keterangan	Sebesar
1.	Rata-rata harga beli	Rp 40.000 /kg
2.	Rata-rata harga jual	Rp 45.000 /kg
3.	Rata-rata biaya pemasaran	
	Biaya transportasi	Rp 800 /kg
	Biaya penyimpanan	Rp 500 /kg
	Biaya angkut	Rp 800 /kg
4.	Keuntungan	Rp 2.900 /kg

Sumber : analisis data primer 2021

b. Eksportir

Tabel 4.7 Biaya pemasaran eksportir kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur

No	Keterangan	Nilai
1.	Rata-rata harga beli	Rp.45000 per kg
2.	Rata-rata harga jual	Rp.55000 per kg
3.	Rata-rata biaya pemasaran	
	Biaya penyimpanan	Rp.500 per kg
	Biaya transportasi	Rp.800 per kg
	Biaya pengemasan	Rp.800 per kg
	Biaya operasional kantor dan pengurusan izin	Rp.3400 per kg
4	Keuntungan	Rp.4500 per kg

Sumber : analisis data primer 2021

Harga beli kopi sebesar Rp.45.000 /kg, sedang harga jual Rp.55.000 per kg. Sedangkan biaya pemasaran, untuk biaya transport sebesar Rp.800 per kg, biaya penyimpanan Rp.500 per kg, dan biaya angkut Rp.800 /kg. Dan biaya operasional dan perizinan sebesar Rp.3400 per kg. Jadi keuntungan yang didapat eksportir sebesar Rp.4500 per kg. Secara umum masing-masing lembaga pemasaran tidak ingin mengalami kerugian per kilogram. Untuk lebih jelasnya, harga beli dan harga jual di masing-masing lembaga pemasaran dapat dilihat dalam tabel 5.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Harga beli dan harga jual masing-masing lembaga pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur.

No	Lembaga pemasaran	Harga beli	Harga jual
----	-------------------	------------	------------

1.	Petani kopi	-	Rp 35.000 /kg
2.	Pedagang kecil	Rp 35.000 /kg	Rp 40.000 /kg
3.	Pedagang besar	Rp 40.000 /kg	Rp 45.000 /kg
4.	Eksportir	Rp 45.000 /kg	Rp 55.000 /kg

Sumber : analisis data primer 2021

#### 4.2.2 Analisis Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga jual dan harga pembelian, yang kemudian dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses atau penanganan fisik yang dilakukan oleh pedagang perantara yang terlibat didalamnya. Atau dapat didefinisikan sebagai selisih harga yang dibayarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen.

Tabel 4.9 Analisis Keuntungan Pemasaran Kopi.

N o	Lemb aga pema saran	Har ga beli (Rp /kg)	Har ga jual (Rp /kg)	Harg a pema saran (Rp/k g)	Keunt ungan (Rp/k g)
1	Petan i kopi	-	Rp 35.0 00	-	-
2	Peda gang kecil	Rp 35.0 00	Rp 40.0 00	Rp 1.300	Rp 3.700
3	Peda gang besar	Rp 40.0 00	Rp 45.0 00	Rp 2.100	Rp 2.900

4	Eksp ortir	Rp 45.0 00	Rp 55.0 00	Rp 5.500	Rp 4.500
---	---------------	------------------	------------------	-------------	-------------

Sumber : analisis data primer 2021

Dari tabel 4.8 diatas, dapat dijelaskan bahwa lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan terbesar adalah Eksportir yaitu sebesar Rp.4500 /kg, sedangkan lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan terkecil adalah pedagang besar yaitu sebesar Rp2.900/kg.

Untuk menguji hipotesis pertama, yaitu mengenai efisiensi pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur yang belum efisien, maka digunakan rumus yang secara matematik dituliskan:

Dari rumus diatas, menunjukkan nilai efisiensi dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur adalah < 1, yang artinya efisiensi. Dari ketiga lembaga pemasaran tersebut, lembaga pemasaran yang paling efisien dibandingkan dengan lembaga lainnya adalah eksportir karena dilihat dari biaya pemasaran yang kecil dan nilai produk yang dipasarkan paling besar. Dan dari hasil analisis, maka hasilnya sama dengan hipotesis sebelumnya yang menduga bahwa sistem pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur sudah efisien, ternyata hasil penelitian menunjukkan pemasaran kopi di Desa Colol sudah efisien. Dari penelitian didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran kecil dan keuntungan yang diperoleh besar.

#### 4.2.3 Analisis Margin Pemasaran

Secara matematik besaran margin pemasaran tiap rantai tataniaga dirumuskan seperti,  $(MP=Pr-Pf)$ . MP adalah margin pemasaran, Pr adalah harga ditingkat pedagang dan Pf adalah harga ditingkat

produsen. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai margin tertinggi lembaga pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai sebesar Rp 4500 /kg kopi, didapat oleh eksportir. Nilai margin untuk lembaga pemasaran pedagang kecil sebesar Rp 3700 /kg kopi. Sedangkan margin terendah pada lembaga pemasaran pedagang besar sebesar Rp 2.900 /kg kopi. Dan besarnya margin pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} MP &= Pr - Pf \\ &= \text{Rp.45.000} - \text{Rp.35.000} = \\ &\text{Rp.10.000} \end{aligned}$$

Dimana MP = Margin Pemasaran  
Pr = harga ditingkat eksportir

Pf = harga ditingkat petani kopi

Dari data-data diatas, menunjukkan bahwa lembaga pemasaran kopi, eksportir mempunyai keuntungan terbesar jika dibandingkan lembaga pemasaran lain, yaitu sebesar Rp.4500 per kg kopi. Sedangkan lembaga pemasaran yang mendapatkan keuntungan terkecil adalah pedagang besar, yaitu sebesar Rp.2900 per kg kopi.

#### 4.2.4 Saluran / Rantai Pemasaran

Pemasaran hasil kopi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran kopi dan produk-produk olahannya, dengan mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Menurut Kotler (2011:25) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah beberapa organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses mengupayakan agar

produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan menurut Basu Swastha (2010:285) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada.

Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Saluran distribusi langsung  
Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Saluran ini bisa diberi istilah saluran nol tingkat (zero stage chanel).
2. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer langsung membeli barang pada produsen kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (one stage chanel).
3. Saluran yang menggunakan dua kelompok pedagang, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer atau

pedagang kecil. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (two stage chanel).

4. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya ke took-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (three stage chanel), Philip Khotler (2012).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran kopi dari petani sampai dengan eksportir di Desa Colol Kabupaen Manggarai Timur terdapat dua jalur pemasaran yaitu : jalur satu ; produsen (petani kopi), pedagang besar, dan eksportir, jalur dua ; produsen (petani kopi), pedagang kecil, pedagang besar, dan eksportir. Untuk lebih jelasnya jalur pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Mangarai Timur melewati dua jalur pemasaran disajikan pada bagan berikut.

Saluran distribusi pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur terbentuk menjadi dua macam saluran. Berdasarkan analisis data primer, untuk saluran distribusi yang pertama, dari 60 orang responden petani kopi yang langsung menjual kopi ke pedagang besar terdiri dari 21 orang responden atau sebesar 35 persen. Sedangkan saluran distribusi kedua, responden petani kopi yang menjual kopi ke pedagang kecil terdiri dari 39 orang responden atau sebesar 65 persen. Seperti dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.10 Arah penjualan kopi oleh responden petani kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur.

N o	Keteranga n	Banyakny a responden	Persentas e (%)
1.	Pedagang kecil	21	35
2.	Pedagang besar	39	65
	Jumlah	60	100

Sumber : analisis data primer 2021

Sedangkan dari tiga responden pedagang besar yang membeli kopi langsung ke petani kopi sebanyak 1 orang responden. Apabila dianalisis lebih lanjut, maka dari dua saluran pemasaran kopi yang ada di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur terdapat beberapa perbedaan, baik perbedaan biaya pemasaran, keuntungan, margin di masing-masing lembaga pemasaran kopi yang terlibat.

Dari data lain juga menunjukkan bahwa saluran yang efisien adalah saluran pemasaran model pertama. Hal ini dikarenakan saluran model pertama mengeluarkan biaya kecil, sedangkan marginnya besar, serta dilalui 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang besar dan eksportir. Tetapi dalam penelitian ini, hanya sebagian kecil responden yang melalui saluran pertama. Terdapat 21 responden petani kopi yang menjual langsung ke pedagang besar atau sebesar 35 persen. Dan pedagang besar yang langsung membeli ke petani kopi sebanyak 1 orang responden pedagang besar atau sebesar 33,33 persen. Lebih banyak responden yang melalui saluran pemasaran kopi kedua.

Ada aspirasi dari petani kopi yang ada di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur untuk memotong rantai pemasaran kopi, yaitu dengan cara menjual kopinya langsung kepada perusahaan eksportir. Namun demikian untuk dapat menjual kopi

langsung kepada eksportir juga tidak mudah. Ada kendala-kendala yang dihadapi petani kopi, diantaranya adanya syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh petani kopi, seperti :

1. Kualitas kopi harus bagus
2. Jumlah kopi harus banyak, minimal 5 ton
3. System pembayarannya tidak langsung

Dengan adanya syarat-syarat seperti diatas, maka petani kopi tidak mampu apabila berjalan sendiri untuk menjual langsung kepada eksportir. Sehingga muncul gagasan untuk menggabungkan petani kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur guna mengatasi permasalahan pemasaran kopi. Penggabungan kelompok petani kopi tersebut diberi nama Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani).

#### 4.2.5 Tingkatan Penjualan Kopi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan hasil kopi oleh petani di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur cukup tinggi. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.11 Mengolah kopi gelondongan merah menjadi kopi biji (green bean) menghasilkan perbandingan yang cukup besar, 4 : 1 (100 kg kopi merah basah akan menghasilkan 25 kg kopi biji/green bean). Produksi kopi dalam penelitian ini adalah kopi yang sudah berupa biji. Rata-rata jumlah produksi per tahun petani responden adalah sebanyak 920 kg. produksi kopi terendah sebanyak 660 kg dan produksi kopi terbanyak sebesar 1.950 kg. Semakin tinggi luas lahan kopi yang dimiliki petani semakin tinggi pula produksi kopinya, namun ada kecenderungan produktivitas kopi per hektarnya tidak meningkat. Sebagian kecil saja hasil kopi yang dikonsumsi atau tidak dijual oleh petani, yaitu berkisar 50 kg per tahun.

Tabel 4.11 Penjualan kopi oleh Produsen / petani kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur

No	Keterangan	Jumlah
1.	Rata-rata jumlah luas lahan	50-150 are
2.	Rata-rata jumlah pohon kopi	1.000 lebih pohon
3.	Rata-rata jumlah produksi	724 kg per tahun
4.	Rata-rata jumlah produksi yang dijual	674 kg per tahun
5.	Rata-rata jumlah produksi yang dikonsumsi	50 kg
6.	Rata-rata harga jual	35.000 Rp/kg

Sumber : analisis data primer 2021

Tabel 4.12 Banyaknya responden kopi yang menjual seluruh kopi dan menyimpan kopi

N	Keterangan	Responden	Persentase (%)
1.	Menjual seluruh hasil kopi	47	78
2.	Mengkonsumsi sebagian hasil kopi dan menjual sebagian	13	22
	Jumlah	60	100

Sumber : analisis data primer 2021

Berdasarkan hitungan secara statistik, presentase sejumlah kopi yang dijual petani kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur cukup tinggi. Hal ini dikarenakan produksi kopi merupakan pendapatan utama keluarga selain pendapatan dari pekerjaan sampingan. Dikatakan tinggi, dari seluruh responden petani kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur sebanyak 47 responden menjual seluruh

hasil kopinya dan sebagian responden tidak menjual seluruh hasil kopinya.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

1. Saluran / rantai pemasaran kopi yang ada di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur, ada 2 macam saluran. Saluran pertama yaitu : petani kopi, pedagang besar, eskportir. Saluran kedua terdiri dari : melalui media sosial. Dari penelitian banyak responden petani kopi yang melalui saluran pemasaran kedua, yaitu sebanyak 39 responden petani kopi atau 65 persennya, menjual ke pedagang kecil (sebanyak 6 responden pedagang kecil). Sedangkan responden pedagang besar yang melalui saluran pemasaran pertama sebanyak 1 orang atau 66,67 persen.
2. Dari hasil analisis perhitungan biaya pemasaran, harga jual, harga beli serta keuntungan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat, maka pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur sudah efisien.
3. Besarnya margin pemasaran kopi di Desa Colol Kabupaten Manggarai Timur adalah sebesar Rp 10.000 per kilogram kopi. Hasil ini diperoleh dari perhitungan antara harga ditingkat petani kopi dan harga ditingkat eksportir. Dan keuntungan terbesar diperoleh oleh lembaga pemasaran eksportir kopi, yaitu sebesarRp.4500 per kilogram kopi, sedangkan keuntungan terkecil diperoleh oleh lembaga pemasaran pedagang besar kopi yaitu sebesar Rp.2.900 per kilogram kopi.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat maka saran-saran yang dapat diajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Para petani kopi harus tetap mempertahankan harga kopi dan menjaga kualitas kopi yang baik, agar para pedagang kecil, pedagang besar dan eksportir tidak mengambil keuntungan yang lebih besar lagi.
2. Untuk pemerintah setempat atau dinas terkait harus turun tangan untuk membantu dengan memperbaiki infrastruktur jalan yang sudah rusak sehingga proses pemasaran kopi di Desa Colol semakin baik dan efisien.
3. Untuk petani kopi disarankan untuk membentuk tim atau divisi pemasaran agar dapat lebih fokus dalam segala kegiatan pemasaran. Seperti mempromosikan kopi di Desa Colol melalui media sosial agar pedagang dari luar Kabupaten Manggarai Timur mempunyai keinginan untuk membeli kopi di Desa Colol dengan harga yang lebih tinggi.
4. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengkaji ulang penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dalam penggunaan variable-variabel lain yang berpengaruh terhadap tingkat pemasaran kopi di Desa Colol.
  1. dimana jawaban responden terendah berada pada pernyataan “Saya selalu hadir dalam kegiatan untuk melakukan aktifitas pekerjaan” dengan skor 168 dan rata – rata skor 3,29. Maka untuk dapat meningkatkan disiplin kerja pegawai pimpinan diharapkan dapat lebih tegas terhadap bawahan. Pegawai yang sering terlambat diharapkan dapat segera diberikan sanksi sehingga tidak menjadi contoh bagi pegawai lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hasyim, 2012. *Tataniaga pertanian (Diktat Kuliah)*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Kotler, 2011. *Marjin Pemasaran*. PT Prenhalindo. Jakarta URL: <http://ecosystem.unibos.id/index.php/eco/article/download/143/131>
- Rahardjo, P, 2012. *Panduan Budidaya dan Pengelolaan Kopi Arabika dan Robusta*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta



## **SOSIALISASI PENERAPAN QRIS DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI TRANSAKSI KEUANGAN SAAT PANDEMI DI PAMERAN IKM BALI BANGKIT TAHUN 2022 TAMAN BUDAYA BALI ART CENTER**

**Kadek Apriada<sup>1</sup>, Putu Riska Wulandari<sup>2</sup>**

1Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar, kadekagriada@unmas.ac.id

2Fakultas Dharma Duta Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar,  
riskawulandari2@gmail.com

### **Abstrak**

Program yang dilaksanakan adalah kegiatan sosialisasi mengenai penerapan aplikasi QRIS pada pelaku usaha di Pameran IKM Bali Bangkit Tahun 2022 yang diselenggarakan di Taman Budaya Bali Art Center. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk membantu masyarakat agar memahami mengenai aplikasi pembayaran berbasis online dalam upaya mengurangi transaksi uang tunai yang dimana peredaran uang dapat berpotensi menyebarkan virus pandemi Covid-19 yang saat ini terjadi. Permasalahan yang terjadi di pameran IKM Bali Bangkit 2022 adalah masih terjadi kerumunan dan terkadang mengabaikan protokol kesehatan, sehingga potensi penyebaran virus sangat cepat terjadi. Selain itu, transaksi keuangan juga menggunakan transaksi uang tunai yang juga berpotensi meningkatkan penyebaran. Namun, penerapan aplikasi QRIS ini juga tidak dapat dengan mudah diterapkan mengingat banyak masyarakat yang masih awam dengan teknologi terlebih lagi QRIS ini merupakan aplikasi baru yang harus dipelajari terlebih dahulu sebelum diaplikasikan. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya program sosialisasi yang dapat membantu masyarakat untuk memahami penerapan QRIS. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dibagi pada 3 tahap yakni perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan.

**Kata kunci :** Covid-19, Taman Budaya Bali Art Center, QRIS

### *Abstract*

The program carried out was a socialization activity regarding the application of the QRIS application to business actors at the 2022 Bali Bangkit IKM Exhibition held at the Bali Art Center Cultural Park. The purpose of carrying out this activity is to help the public understand about online-based payment applications in an effort to reduce cash transactions where the circulation of money can potentially spread the Covid-19 pandemic virus that is currently happening. The problem that occurs at the IKM Bali Bangkit 2022 exhibition is that there are still crowds and sometimes ignoring health protocols, so the potential for the virus to spread very quickly. In addition, financial transactions also use cash transactions which also have the potential to increase spread. However, the application of this QRIS application also cannot be easily implemented considering that many people are still unfamiliar with the technology. Moreover, QRIS is a new application that must be studied before being applied. Therefore, it is necessary to have a socialization program that can help the community to understand the implementation of QRIS. The socialization activity was carried out divided into 3 stages, namely planning, implementing and evaluating activities.

**Keywords:** Covid-19, Bali Art Center Cultural Park, QRIS

## **PENDAHULUAN**

Saat ini dunia sedang mengalami pandemi Covid-19 yang merupakan virus menular yang

menyebabkan penyakit pernapasan akut pada manusia. WHO telah mengumumkan bahwa Covid-19 ini sebagai pandemi baru. Covid-19 ini dapat menyerang tubuh manusia di semua kalangan baik itu

bayi, anak-anak, orang dewasa bahkan lanjut usiapun dapat terserang oleh virus ini. Kini virus ini telah menyebar ke lebih dari 200 negara di dunia termasuk Indonesia. Memperhatikan bahaya virus ini, upaya pencegahan yang dilakukan pemerintah Indonesia salah satunya adalah dengan menghimbau masyarakat untuk selalu mematuhi protokol kesehatan yakni dengan menggunakan masker serta melakukan *phsycal distancing*. Pemutusan rantai penyebaran Covid-19 dapat terlaksana apabila semua kalangan masyarakat dan juga pemerintah dapat bekerja sama dengan baik di era new normal ini.

Menindaklanjuti permasalahan pandemi ini, tentunya pemerintah mengupayakan terlaksananya sistem yang berbasis *online* agar mengurangi aktivitas tatap muka. Virus Covid-19 ini dapat menyebar melalui benda dan juga udara. Adapun benda yang sering dipegang maupun peredarannya begitu cepat dari satu orang ke orang lain yakni uang. Akan tetapi, berbicara masalah dunia perdagangan tentu tidak akan dapat terlepas dari peredaran uang. Sehingga aktivitas perbelanjaan tanpa menggunakan uang fisik menjadi salah satu solusi yang cukup tepat diterapkan.

Di era modern ini perdagangan semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi yang meningkat menjadikan perubahan yang signifikan khususnya sektor perdagangan mengalami banyak perubahan besar mulai dari awal seperti penjualan langsung maupun penjualan *online* yang saat ini telah merebak (Hardiky, *et. al.* 2021). Perkembangan ke arah lebih baik tentunya perlu diterapkan. Bank Indonesia sebagai pengatur sistem pembayaran di Indonesia, pada Agustus 2019 telah meluncurkan kanal pembayaranyang berbasis *shared delivery channel* untuk instrumen pembayaran yang berbasis server yakni *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*. Salah satu alasan peluncuran kanal pembayaran ini diadakan karena para pedagang ketika dalam bertransaksi non tunai harus menyediakan banyak QR Code dari berbagai penerbit. Penggunaan QRIS ini dapat digunakan pada aplikasi-aplikasi pembayaran yang telah terinstal di *smartphone* yang telah terhubung dengan koneksi internet (Sihaloho, *et.al.* 2020).

Berbicara masalah uang dan pembayaran tentu yang terbesit adalah banyaknya usaha UKMK di Bali yang dirintis saat ini karena adanya pekerja yang PHK akibat banyaknya usaha di bidang Pariwisata yang menurun akibat dampak pandemi. Hal ini merupakan salah satu tempat yang dimana didalamnya terdapat aktivitas jual beli yang tentunya melibatkan peredaran uang antar penjual dan pembeli. Peredaran uang tentunya sangat cepat karena aktivitas jual beli tentunya akan melibatkan banyak orang. Kerumunan pada yang terjadi di Pameran Bali Bangkit tahun 2022 tentunya menjadi hal yang sudah

biasa terjadi karena masyarakat sudah bosan dirumah selama pandemi 2 tahun berlangsung. Dalam kondisi pandemi ini pemerintah mengimbau untuk mengurangi kerumunan, namun aktivitas disana sering tidak dapat terkendali sehingga potensi penularan viruspun akan semakin cepat terjadi. Banyak himbauan yang ada seperti pemakaian masker, *social distancing* dan lain sebagainya. Tetapi perlu disadari juga bahwa di pameran IKM Bali Bangkit Tahun 2022 susah untuk menerapkan *social distancing* karena banyaknya orang yang akan datang serta mengantre untuk datang ke melihat produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM yang ada di Bali.

Salah satu program pemerintah Provinsi Bali yang kini ramai pengunjung yang ada di Bali adalah Pameran IKM yang berlangsung di Tengah kota yaitu di Taman Budaya Bali Art Center. Permasalahan yang terjadi yang dimana sama seperti pameran lainnya seperti kerumunan maupun tidak diterapkannya protokol kesehatan. Seperti pemaparan di atas bahwa mulai diterapkannya sistem pembayaran menggunakan aplikasi QRIS yang dengan harapan dapat memudahkan masyarakat melakukan transaksi pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Aplikasi ini tentu sangat tepat digunakan dan diterapkan pada situasi pandemi seperti yang terjadi sekarang ini karena peredaran uang dapat menyebarkan virus dengan sangat cepat.

Namun, tidak cukup hanya melihat efisiensi dan efektivitas sistem QRIS tersebut. Penerapan sistem baru tentu akan memunculkan berbagai permasalahan dan kendala yang akan dapat menghambat penerapan dari sistem tersebut. Sistem berbasis *online* ini tentu harus dipelajari dengan baik terlebih dahulu karena pelaku bisnis masih awam akan sistem online, sehingga mereka akan mengalami kesulitan ketika ingin menggunakan sistem ini.

QRIS memberikan alternatif metode pembayaran non-tunai secara lebih efisien. Penggunaan QRIS menjadi trend positif belakangan ini bagi pelaku usaha dan juga konsumen. Mengingat manfaatnya dalam membantu proses transaksi non tunai secara lebih efisien, penggunaan QRIS akan membantu meningkatkan kinerja usaha, terlebih pada masa pandemi seperti sekarang ini. Tetapi, tidak hanya dilihat dari segi keuntungan saja. Penerapan awal aplikasi ini tentunya akan menimbulkan permasalahan dan kendala yang dapat menghambat penerapannya.

Permasalahan yang terjadi dalam penerapan sistem aplikasi QRIS tentu terletak pada pemahaman akan cara penggunaan sistem tersebut. QRIS ini merupakan aplikasi baru dan banyak dari pelaku bisnis yang kurang paham akan teknologi, sehingga sulit untuk memahami dan menggunakan sistem tersebut. Banyak dari mereka yang masih melakukan

transaksi menggunakan uang tunai. Padahal di sisi lain transaksi uang tunai berpotensi cukup besar dalam penyebaran virus yang terjadi saat ini. Melihat peredaran uang yang begitu cepat dari satu orang ke orang lain maka begitu pentingnya penerapan aplikasi QRIS untuk mengurangi transaksi uang tunai dan masyarakat dapat bertransaksi secara lebih aman.

Mengacu pada permasalahan yang terjadi di Pameran IKM Bali Bangkit Tahun 2022 yang dimana ramainya pengunjung yang akan melakukan transaksi jual beli serta banyaknya wisatawan baik domestik dengan tingkat transaksi keuangan baik di area pameran IKM maupun di pedagang- pedagang souvenir dan makanan di kawasan Taman Budaya Bali Art Center yang tinggi, sehingga berdampak cukup tinggi pada potensi penyebaran virus lebih cepat melalui transaksi menggunakan uang tunai dan pelaku bisnis maupun masyarakat yang masih awam akan aplikasi QRIS maka dibutuhkan sebuah program yang dapat memberikan pemahaman maupun pengetahuan bagi masyarakat untuk dapat menggunakan aplikasi QRIS untuk bertransaksi secara lebih aman.

Salah satu bank daerah di wilayah Bali yakni Bank Pembangunan Daerah Bali yang kini menjadi salah satu bank yang dipercaya menjalankan serta memperkenalkan program QRIS kepada para pelaku usaha UMKM di wilayah Bali, yang dimana khusus untuk wilayah Denpasar dikelola langsung oleh Bank Pembangunan Daerah Bali Kantor Cabang Denpasar. Hal hal yang dapat dilaksanakan selama Pameran IKM Bali Bangkit adalah melakukan sosialisasi mengenai tata cara penggunaan aplikasi QRIS dalam bertransaksi lebih aman. Kegiatan sosialisasi ini tentu diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan untuk masyarakat pembeli maupun pedagang yang awam akan teknologi. Program ini bersifat program rintisan yang dimana merupakan program utama yang dilakukan dalam menanggulangi dampak penyebaran virus Covid-19.

Sosialisasi dan edukasi tentang bagaimana menggunakan aplikasi QRIS merupakan kunci keberhasilan untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Sosialisasi merupakan proses belajar yang di alami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya. Sedangkan edukasi merupakan suatu proses kegiatan belajar yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pola pikir, pengetahuan serta untuk mengembangkan potensi diri dari masing-masing individu. Covid-19 ini merupakan virus berbahaya yang dapat menyerang tubuh dengan cepat saat imunitas tubuh menurun.

## METODE PENELITIAN

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan di Pameran Bali Bangkit Tahun 2022 yang diselenggarakan di

Taman Budaya Bali Art Center yang beralamat di Jl. Nusa Indah Denpasar, Bali dengan menyasar peserta Pameran IKM yang membuka stan pameran, para pedagang dan pengunjung yang ada pada saat kegiatan sosialisasi berlangsung.

Kegiatan sosialisasi penerapan aplikasi QRIS ini dilaksanakan dalam 3 (tiga) tahap kegiatan, meliputi : perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan ini dari awal perencanaan dilakukan selama 3 minggu sampai tahap evaluasi kegiatan. Perencanaan kegiatan dilakukan agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar pada situasi pandemi Covid-19 ini dan tentunya tetap memperhatikan protokol kesehatan yang dihimbau oleh pemerintah. Perencanaan kegiatan dilakukan pada minggu pertama yang meliputi (1) pembelian alat dan bahan untuk mendukung kegiatan sosialisasi penerapan QRIS, (2) pembuatan pamflet yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan sosialisasi agar interaksi tidak terlalu lama, sehingga akan dijelaskan secara lebih detail pada pamflet, (3) persiapan bahan sosialisasi ini dimaksudkan pemahaman akan materi yang akan disampaikan agar mudah dimengerti oleh masyarakat, (4) pengecekan lokasi dilakukan untuk melihat situasi di tempat sosialisasi apakah kondusif untuk melakukan kegiatan. Tahap kedua adalah kegiatan utama yakni kegiatan sosialisasi yang dilakukan pada minggu kedua. Setelah kegiatan selesai dilaksanakan maka terakhir perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan kegiatan, sehingga kedepannya dapat diperbaiki. Secara lebih jelas jadwal kegiatan dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1. Jadwal Kegiatan Sosialisasi Penerapan Aplikasi QRIS**

No	Kegiatan	Pelaksanaan pada Minggu ke-		
		1	2	3
1	Perencanaan	■		
	- Pembelian alat dan bahan			
	- Pembuatan pamflet			
	- Persiapan bahan sosialisasi			
	- Pengecekan lokasi			
2	Pelaksanaan kegiatan		■	
	- Kegiatan sosialisasi			
	- Pembagian masker dan handsanitizer			
3	Evaluasi			■

Sumber : Peneliti, 2022

Pada tabel 1 dipaparkan mengenai jadwal kegiatan sosialisasi penerapan aplikasi QRIS. Kegiatan dilakukan pada minggu pertama dengan melakukan perencanaan kegiatan seperti pembelian alat dan bahan, pembuatan pamflet, persiapan bahan

**Kadek Apriada, Putu Riska Wulandari / Sosialisasi Penerapan QRIS Dalam Menunjang Efektivitas Dan Efisiensi Transaksi Keuangan Saat Pandemi Di Pameran Ukm Bali Bangkit Tahun 2022 Taman Budaya Bali Art Center**

sosialisasi dan pengecekan lokasi untuk kegiatan sosialisasi. Minggu kedua dilaksanakan kegiatan sosialisasi yang dibarengi dengan kegiatan pembagian masker dan handsanitizer untuk peserta pameran, pedagang maupun pengunjung pada Pameran IKM Bali Bangkit tahun 2022. Setelah kegiatan sosialisasi dilaksanakan maka diperlukan adanya evaluasi untuk menilai kekurangan-kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan sehingga kegiatan selanjutnya dapat berjalan dengan lebih baik.

Kegiatan sosialisasi tidak dilakukan secara formal mengingat himbauan pemerintah untuk menghindari terjadinya kerumunan. Sosialisasi dilakukan dengan mendatangi penjual maupun pembeli dan langsung memberikan penjelasan mengenai QRIS dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Untuk mengurangi interaksi yang lama dengan pedagang maupun pengunjung, sebelum dilakukan kegiatan telah disiapkan pamflet yang berisikan tatacara penggunaan QRIS yang dibagikan kepada pedagang maupun pengunjung dan diberikan penjelasan secara singkat.

Untuk mempublikasikan pamflet dilakukan dengan cara mengupload atau membagikan pamflet melalui instagram dan facebook. Pamflet yang berisikan penjelasan mengenai tata cara penggunaan QRIS tersebut dirancang untuk disebarluaskan secara langsung maupun melalui online. Mengingat situasi pandemi yang dimana harus mengurangi aktivitas berinteraksi dengan orang banyak, maka solusi dengan upload di media sosial dirasa tepat dilakukan. Pada pamflet juga berisikan nomor telepon/Whatsapp, sehingga dapat bertanya melalui telepon/Whatsapp untuk mengurangi aktivitas tatap muka.

Metode pendekatan untuk tercapainya tujuan dari program kerja ini adalah dengan melakukan pendekatan berbasis online yang dimana seperti yang disampaikan sebelumnya bahwa masyarakat yang belum paham akan penjelasan dapat menghubungi kembali melalui telepon/Whatsapp. Partisipasi masyarakat cukup tinggi mengingat banyaknya keuntungan akan penggunaan aplikasi QRIS ini. Banyak dari mereka yang menghubungi kembali lewat WA untuk mendapatkan informasi lebih banyak terkait QRIS.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

QRIS ini merupakan aplikasi baru dan banyak dari pelaku bisnis yang kurang paham akan teknologi, sehingga sulit untuk memahami dan menggunakan sistem tersebut. Mengenai aplikasi QRIS ini yang dimana salah satu bank yang menerapkan adalah Bank Pembangunan Daerah Bali. Media promosi bank melalui pamflet dan media sosial telah dilakukan sebagai upaya sosialisasi akan manfaat menggunakan aplikasi QRIS untuk

bertransaksi secara lebih aman. Berikut disajikan pamflet Bank Pembangunan Daerah Bali terkait penggunaan QRIS yang disajikan pada gambar 1.

Pada gambar 1 dicantumkan pamflet Bank Pembangunan Daerah Bali mengenai promosi penggunaan aplikasi QRIS. Pada pamflet tersebut didalamnya terdapat cara bertransaksi dengan QRIS dan sebuah ajakan belanja praktis dengan QRIS yang dimiliki BPD Bali Mobile.

Secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan sosialisasi mengenai penggunaan QRIS ini dapat berjalan dengan baik. Kegiatan ini dapat dikatakan telah berhasil karena dengan dilaksanakannya kegiatan ini masyarakat lebih paham mengenai teknologi utamanya penggunaan QRIS. Banyak masyarakat juga yang menghubungi melalui Whatsapp untuk menanyakan secara lebih detail mengenai QRIS.



**Gambar 1. Pamflet Penerapan Aplikasi QRIS**



**Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi Aplikasi QRIS**

Hal ini menunjukkan bahwa antusias masyarakat akan kemajuan teknologi sangat tinggi. Mereka mau merespon program-program yang dirancang pemerintah. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan edukasi ini berhasil menjadi penghubung program Pemerintah dengan masyarakat yang awam akan teknologi. Kegiatan sosialisasi ini disambut baik oleh para pedagang di Pameran IKM Bali Bangkit Tahun 2022. Salah satu bukti yang dapat dicantumkan adalah dokumentasi kegiatan sosialisasi yang dilakukan tidak secara formal mengingat situasi pandemi yang dimana pemerintah mengimbau agar tidak terjadi kerumunan. Berikut disajikan foto kegiatan sosialisasi penerapan aplikasi QRIS pada Pameran IKM Bali Bangkit yang disajikan pada gambar 2.

Pada gambar 2 tercantum dokumentasi kegiatan sosialisasi aplikasi QRIS yang dilakukan pada Pameran IKM Bali Bangkit Tahun 2022. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan mendatangi pedagang pelaku IKM dan UMKM dan memberikan penjelasan detail mengenai aplikasi QRIS. Kegiatan ini juga mendapat respon baik dari pedagang yang dimana dengan diperhatikannya penjelasan yang diberikan.

Dalam pelaksanaan program kerja ini terdapat beberapa hal yang menunjang terlaksananya program kerja ini, diantaranya:

- a. Antusias masyarakat yang tinggi terkait keinginan untuk memahami penggunaan aplikasi QRIS.
- b. Respon yang diberikan masyarakat terhadap dilaksanakan ini sangat baik.

## **PENUTUP**

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa program penelitian yang dilaksanakan terkait juga upaya pencegahan Covid-19 yang dimana program kerja utamanya berupa kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai penggunaan aplikasi QRIS bagi pelaku IKM dan UMKM di Pameran Bali Bangkit Tahun 2022 secara keseluruhan sudah terlaksana dengan baik. Walaupun masih terdapat banyak kendala, tetapi kegiatan ini mendapatkan respon positif dari masyarakat yang ingin tahu secara lebih detail mengenai aplikasi QRIS dan adanya ketertarikan untuk menggunakan QRIS tersebut. Walaupun pelaksanaan sosialisasi dan edukasi telah selesai, namun diharapkan masyarakat dapat mengaplikasikan ilmu dan pengetahuan yang telah didapatkan selama kegiatan ini berlangsung. Masyarakat disarankan untuk menggunakan aplikasi QRIS agar memudahkan dalam bertransaksi. Apalagi situasi pandemi ini sangat tepat sekali penggunaan aplikasi online yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, penggunaan QRIS juga akan lebih aman dalam bertransaksi tanpa harus khawatir dengan penyebaran virus Covid-19. Masyarakat juga diharapkan tetap

Selain hal yang menunjang, terdapat juga beberapa hal yang menghambat terlaksananya program kerja ini, diantaranya:

- a) Terbatasnya aktivitas tatap muka yang cukup menyulitkan memberikan sosialisasi dan edukasi pada masyarakat.
- b) Kondisi pandemi saat ini yang tidak memungkinkan untuk mengumpulkan masa, sehingga program ini tidak dapat dilaksanakan langsung secara formal
- c) Dengan memberikan penjelasan dalam waktu singkat tentu penjelasan yang diberikan tidak detail dan pastinya masyarakat tidak dapat memahami dengan baik apalagi situasi yang kurang kondusif untuk memberikan penjelasan.
- d) Program yang dilakukan dengan upload pamflet pada sosial media juga menghadapi kendala yang dimana banyak yang tidak memiliki sosial media seperti facebook dan instagram.

Partisipasi masyarakat akan kegiatan sosialisasi dapat dinyatakan cukup tinggi mengingat banyaknya keuntungan akan penggunaan aplikasi QRIS ini. Banyak dari mereka yang menghubungi kembali lewat WA untuk mendapatkan informasi lebih banyak terkait QRIS. Walaupun banyak penghambat kegiatan seperti yang dipaparkan di atas, namun tidak menghalangi rasa ingin tahu masyarakat terkait penggunaan aplikasi QRIS dalam situasi pandemi Covid-19 ini.

mematuhi dan mengikuti protokol kesehatan yang telah diberikan oleh pemerintah guna mencegah penyebaran Covid-19 dan juga upaya untuk pemutusan mata rantai Covid-19. Apalagi masyarakat yang sering melakukan aktivitas jual beli pada Pameran IKM Bali Bangkit Tahun 2022 yang dimana menjadi tempat berkumpulnya banyak orang yang tentunya berpotensi tinggi virus dapat menyebar dengan cepat.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kegiatan sosialisasi penerapan QRIS ini telah terlaksana dengan baik. Terlaksananya kegiatan ini tentunya tidak terlepas karena bantuan dan dukungan beberapa pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih kepada Pemerintah Provinsi Bali beserta staf serta Bank BPD Bali atas ijin dan bimbingan yang diberikan. Tanpa adanya ijin dan bimbingan yang diberikan oleh jajaran Pemerintah Provinsi Bali dan Bank BPD Bali maka kegiatan ini tidak akan dapat dilaksanakan. Adapun pihak yang paling berkontribusi pada kegiatan ini adalah Pelaku IKM Bali yang mengikuti Pameran di Taman Budaya Art Center maupun pengunjung Pameran yang telah meluangkan waktu untuk

**Kadek Apriada, Putu Riska Wulandari / Sosialisasi Penerapan QRIS Dalam Menunjang Efektivitas Dan Efisiensi Transaksi Keuangan Saat Pandemi Di Pameran Ukm Bali Bangkit Tahun 2022 Taman Budaya Bali Art Center**

mendengarkan penyampaian sosialisasi mengenai penerapan aplikasi QRIS.

Solusi Pembayaran UMKM Roti Kasur. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, Vol. 4, No. 1, Hal: 44-48.

**DAFTAR PUSTAKA**

Hardiky, M.I., Devina, K.N., Amelia R., dan Nanik K. 2021. Optimalisasi Digital Payment Sebagai

Sihaloho, J.E., Atifah R., dan Suci R. 2020. Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 2.

Liu, E., & Sukmariningsih, R. M. (2021). Membangun model basis penggunaan teknologi Digital bagi UMKM dalam masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), 213-234.

*Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. Vol. 6 No. 2

Rusdi, Moh. 2019. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volumen Penjualan Pada*

## **DIGITALISASI PEMASARAN DAN PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM DI DESA SUMERTA KAJA**

**Putu Riska Wulandari<sup>1</sup>, Kadek Apriada<sup>2</sup>, I Made Sugita<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Dharma Duta, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, [riskaawulandari2@gmail.com](mailto:riskaawulandari2@gmail.com), <sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar [kadekapriada@unmas.ac.id](mailto:kadekapriada@unmas.ac.id), <sup>3</sup>Fakultas Dharma Duta Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar [madesugita2678@gmail.com](mailto:madesugita2678@gmail.com)

### Abstrak

Pandemi virus corona cukup memberikan dampak yang buruk untuk sebagian besar para pelaku usaha. Kebijakan dari pemerintah yang dikeluarkan untuk mencegah penyebaran Covid-19 telah membatasi kegiatan usaha salah satunya dibidang UMKM. Penelitian ini dilakukan untuk Sosialisasi Penggunaan QRIS dan membantu mengatasi penjualan yang menurun di saat pandemi pada UMKM di Desa Sumerta kaja Denpasar yang merupakan salah usaha masyarakat yang terus berkembang. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk membantu pelaku UMKM agar memahami mengenai aplikasi pembayaran berbasis online dalam upaya mengurangi transaksi uang tunai yang dimana peredaran uang dapat berpotensi menyebarkan virus pandemi Covid-19 yang saat ini terjadi.. Namun, penerapan aplikasi QRIS ini juga tidak dapat dengan mudah diterapkan mengingat banyak masyarakat yang masih awam dengan teknologi terlebih lagi QRIS ini merupakan aplikasi baru yang harus dipelajari terlebih dahulu sebelum diaplikasikan. Menurunnya jumlah penjualan barang menjadi permasalahan juga yang saat ini sedang dihadapi oleh UMKM di Desa Sumerta Kaja, maka diperlukan teknologi informasi untuk meningkatkan penjualan. Metode yang dilakukan adalah dengan pendekatan Mezzo. Dari observasi awal yang dilakukan dapat ditawarkan beberapa solusi seperti : 1. Sosialisasi Pemanfaatan QRIS dalam transaksi keuangan, 2. Membantu memasarkan produk pada sosial media dan marketplace. Adapun tahap metode yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu: Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dibagi pada 3 tahap yakni tahap Observasi, tahap persiapan, tahap edukasi Dengan menjalankan metode tersebut diharapkan dapat memahami penggunaan QRIS dan mampu meningkatkan penjualan produk di masa pandemi covid-19 dengan tetap menjalankan protokol kesehatan.

Kata kunci : Covid-19, QRIS, Pemasaran

### Abstract

The corona virus pandemic has had a bad impact on most business people. Policies from the government issued to prevent the spread of Covid-19 have limited business activities, one of which is in the MSME sector. This research was conducted to socialize the use of QRIS and to help overcome the declining sales during the pandemic for MSMEs in Sumerta Kaja Village, Denpasar, which is one of the community's businesses that continues to grow. The purpose of carrying out this activity is to help MSME actors understand online-based payment applications in an effort to reduce cash transactions where the circulation of money can potentially spread the current Covid-19 pandemic virus. However, the application of the QRIS application also cannot be easy to apply considering that many people are still unfamiliar with technology, moreover QRIS is a new application that must be learned before being applied. The decline in the number of sales of goods is also a problem that is currently being faced by MSMEs in Sumerta Kaja Village, so

information technology is needed to increase sales. The method used is the Mezzo approach. From the initial observations, several solutions can be offered, such as: 1. Socialization of the use of QRIS in financial transactions, 2. Helping to market products on social media and marketplaces. The stages of the method carried out to overcome these problems are: The socialization activity is carried out divided into 3 stages, namely the Observation stage, the preparation stage, and the education stage. health protocol.

Keywords : Covid-19, QRIS, Marketing,

## PENDAHULUAN

Pemasaran adalah suatu proses yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. Pada dasarnya setiap perusahaan yang menghasilkan suatu barang atau jasa perlu kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan. Munculnya pandemi virus corona atau covid-19 mampu melumpuhkan aktivitas semua kalangan masyarakat yang dilakukan di luar rumah. Corona virus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit.

Berkurangnya daya beli masyarakat sebab dari dampak pandemi virus corona menjadi salah satu alasan terpuruknya usaha dibidang UMKM. Dampak Covid-19 dirasakan juga oleh para pelaku usaha. Dimana dilihat dari segi perekonomiannya yang mengalami penurunan pada masa pandemi terlebih lagi dengan kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah yaitu PPKM darurat. Pandemi Covid-19 telah membuat daya beli masyarakat menurun yang berimbas pada terganggunya perekonomian. Banyak pelaku usaha yang terkena dampak negatif akibat pandemi Covid-19 antara lain dari segi pendapatan mereka mengalami penurunan penjualan secara drastis yang berakibat pada turunnya penerimaan mereka.

Penjualan menurun secara drastis, maka kapasitas produksi pun mengalami banyak penurunan, sehingga mereka terpaksa harus merumahkan karyawannya. Dalam kondisi seperti ini, para pelaku usahapun mengalami kesulitan untuk membayar kewajiban dan membeli barang persediaan. Untuk menjembatani keadaan ini, para pelaku usaha perlu memperluas metode pemasarannya, dan mengubahnya dari tradisional menjadi digital (perdagangan online). Pemasalahan yang menjadi fenomena adalah wabah

virus covid-19 telah membawa banyak perubahan bagi segala sektor. Khususnya perekonomian. Dengan adanya permasalahan perekonomian seperti ini pelaku usaha harus bisa memikirkan solusi atau ide-ide baru agar usahanya dapat tetap bertahan. Upaya untuk meningkatkan omset penjualan saat ini adalah dengan merubah pemasaran yang biasanya offline menjadi pemasaran online karena pemasarannya yang masih hanya mengandalkan sumber daya manusia (marketing) dinilai kurang efisien.

Di masa pandemi Pemerintah juga mengupayakan terlaksananya sistem yang berbasis online agar mengurangi aktivitas tatap muka. Virus Covid-19 ini dapat menyebar melalui benda dan juga udara. Adapun benda yang sering dipegang maupun peredarannya begitu cepat dari satu orang ke orang lain yakni uang. Akan tetapi, berbicara masalah dunia perdagangan tentu tidak akan dapat terlepas dari peredaran uang. Sehingga aktivitas perbelanjaan tanpa menggunakan uang fisik menjadi salah satu solusi yang cukup tepat diterapkan.

Di era modern ini perdagangan semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi yang meningkat menjadikan perubahan yang signifikan khususnya sektor perdagangan mengalami banyak perubahan besar mulai dari awal seperti penjualan langsung maupun penjualan online yang saat ini telah merebak (Hardiky, et. al. 2021). Bank Indonesia sebagai pengatur sistem pembayaran di Indonesia, pada Agustus 2019 telah meluncurkan kanal pembayaranyang berbasis shared delivery channel untuk instrumen pembayaran yang berbasis server yakni Quick Response Indonesia Standard (QRIS). Salah satu alasan peluncuran kanal pembayaran ini diadakan karena para pedagang ketika dalam bertransaksi non tunai harus menyediakan banyak QR Code dari berbagai penerbit. Penggunaan QRIS ini dapat digunakan pada aplikasi-aplikasi pembayaran yang telah terinstal di smartphone yang telah terhubung dengan koneksi internet (Sihaloho, et.al. 2020).

Aplikasi QRIS tentu terletak pada pemahaman akan cara penggunaan sistem tersebut. QRIS ini merupakan aplikasi baru dan banyak dari pelaku bisnis yang kurang paham akan teknologi, sehingga sulit untuk memahami dan menggunakan sistem



tersebut. Banyak dari mereka yang masih melakukan transaksi menggunakan uang tunai. Padahal di sisi lain transaksi uang tunai berpotensi cukup besar dalam penyebaran virus yang terjadi saat ini. Melihat peredaran uang yang begitu cepat dari satu orang ke orang lain maka begitu pentingnya penerapan aplikasi QRIS untuk mengurangi transaksi uang tunai dan masyarakat dapat bertransaksi secara lebih aman.

Sosialisasi dan edukasi tentang bagaimana menggunakan aplikasi QRIS merupakan kunci keberhasilan untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Sosialisasi merupakan proses belajar yang di alami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakatnya. Sedangkan edukasi merupakan suatu proses kegiatan belajar yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pola pikir, pengetahuan serta untuk mengembangkan potensi diri dari masing-masing individu. Kurang pemahaman akan cara penggunaan sistem QRIS tersebut dan kurang aktifnya menggunakan media sosial/ online shop digital dalam pemasaran produk menjadi permasalahan bagi pemilik UKM di Desa Sumerta Kaja.

Permasalahan yang dihadapi UMKM di Desa Sumerta Kaja Kota Denpasar selama situasi pandemi ini dapat ditawarkan beberapa solusi yang tepat dalam sosialisasi pemakaian QRIS dan permasalahan menurunnya omset penjualan yang dihadapi perusahaan saat pandemi Covid-19. Solusi yang dapat diberikan pada permasalahan ini adalah dengan memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM bagaimana cara menggunakan QRIS dan memasarkan suatu produk secara online. Sifat program kerja kegiatan pelatihan yang dilaksanakan di Desa Sumerta Kaja ini merupakan sifat program komplementer. Berikut tahapan-tahapan yang dilaksanakan selama kegiatan ini berlangsung : membantu cara penggunaan QRIS dalam transaksi keuangan, dan membantu memasarkan produk pada marketplace seperti shopee maupun akun sosial media lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan penelitian ini dilakukan pada UMKM yang ada di Desa Sumerta Kaja yang membuka stan pameran pada saat pelaksanaan Bulan Bakti LPM, para pedagang dan pengunjung yang ada pada saat kegiatan sosialisasi berlangsung.

Pahap awal dalam pelaksanaan kegiatan penelitian melalui observasi dan sedikit wawancara, bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang terjadi pada pelaku UMKM di Desa Sumerta Kaja, Kota Denpasar. Fenomena yang terjadi yaitu kurangnya pemahaman penggunaan QRIS dalam transaksi keuangan dan kurang aktifnya pemanfaatan sosial media dalam pemasaran produk

serta kurangnya pemahaman dalam proses pencatatan dan pengeluaran dalam penjualan produk.

Sebelum pelaksanaan kegiatan Penelitian dilakukan persiapan terlebih dahulu seperti merencanakan jadwal kegiatan, mempersiapkan bahan edukasi dan mempersiapkan alat-alat demi kelancaran berlangsungnya penelitian tentang pemahaman penggunaan QRIS dan media digital (online) sebagai sarana pemasaran produk.

Memberikan pemahaman tentang penggunaan QRIS dan media sosial dalam pemasaran produk. Pada tahap ini kami memberikan edukasi secara langsung kepada pelaku UMKM di desa Sumerta Kaja, Kota Denpasar mengenai penggunaan QRIS dan penggunaan sosial media seperti cara mengupload produk di Instagram.

Salah satu faktor yang dapat mendukung tercapainya sasaran kegiatan penelitian sosialisasi penggunaan QRIS dan pemanfaatan media informasi sangat di pengaruhi oleh jenis pendekatan yang digunakan dalam melakukan kegiatan tersebut. Dalam hal ini pendekatan yang dimaksud terkait dengan cara yang digunakan agar masyarakat yang menjadi kelompok sasaran kegiatan pemberdayaan bersikap terbuka dalam menerima berbagai bentuk unsur inovasi yang semuanya itu dimaksudkan agar mereka lebih memahami dan tidak kesulitan dalam menggunakan QRIS dan menggunakan media online sebagai kegiatan pemasaran secara online. Dengan demikian, pendekatan yang tepat untuk kegiatan penelitian adalah pendekatan Mezzo. Pendekatan mezzo adalah pendekatan yang dilakukan terhadap sekelompok masyarakat sasaran pemberdayaan. Dalam pendekatan ini penelitian dilakukan terhadap sekelompok penerima manfaat. Tujuan kegiatan pemberdayaan dilakukan terhadap sekelompok klien dengan harapan pemanfaatan kelompok dapat difungsikan sebagai media, pemasaran sehingga diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan pemahaman pelaku usaha dalam penggunaan media sosial.

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah: melakukan observasi langsung di Pelaku UMKM di Desa Sumerta, memberikan edukasi penggunaan QRIS sebagai transaksi pembayaran dan memberikan edukasi pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam menjalankan kegiatan penelitian ini, tentunya sangat dibutuhkan partisipasi dan juga dukungan dari masyarakat sasaran yaitu pelaku UMKM di Sumerta Kaja untuk menyelesaikan kegiatan ini. Dari saat melakukan observasi dan terjun langsung serta menyampaikan tujuan dari kegiatan ini, masyarakat sasaran sangat mendukung jalannya

program kegiatan yang berlangsung di UMKM Desa Sumerta Kaja



Gambar 1. Kegiatan Observasi pada UMKM Denpasar Kreatif

Penelitian ini dilaksanakan untuk memberikan solusi dan saran bagi sasaran masyarakat dalam menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Sesuai dengan program kerja, telah berhasil di tingkatkan melalui :

Tabel 1. Pelaksanaan Kegiatan

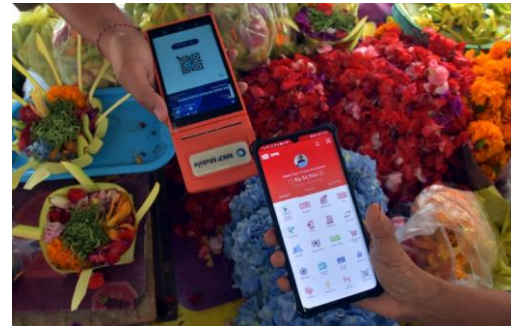
No	Spesifikasi Kegiatan	Ketercapaian
1	Sosialisasi Penggunaan QRIS	100%
2	Promosi di media sosial serta edukasi terhadap pentingnya pemakaian media digital kepada pelaku usaha.	100%

Sumber: Peneliti, 2022

Dalam seluruh pelaksanaan kegiatan ini partisipasi masyarakat dalam kegiatan penelitian ini terbilang sangat tinggi, terbukti dari tingginya antusias mereka dalam mengikuti kegiatan ini. Dalam perencanaan kegiatan ini, pelaku UMKM di Desa Sumerta Kaja mampu memahami pentingnya melakukan pelatihan penggunaan QRIS dan upaya peningkatan pemasaran sehingga pelaku UMKM menyetujui perencanaan kegiatan ini. Pada saat pelaksanaan kegiatan ini, pelaku UMKM mendengar dan mengikuti arahan yang diberikan.

## PENUTUP

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa program penelitian yang dilaksanakan terkait juga upaya pencegahan Covid-19 yang dimana program kerja utamanya berupa kegiatan sosialisasi dan edukasi pemanfaatan media teknologi informasi yang berlokasi di Lingkungan Desa Sumerta Kaja Kota Denpasar, Provinsi Bali. Program ini dapat berjalan dengan baik karena adanya



Gambar 2. Kegiatan memberikan edukasi pemahaman proses penggunaan QRIS Sebagai Transaksi Pembayaran



Gambar 3. Kegiatan membuat akun Marketplace untuk membantu pemasaran produk.

Dalam pemantauan kegiatan, Pelaku UMKM sudah mulai menerapkan hal-hal yang menjadi program kerja sebelumnya. Antusiasme pelaku UMKM juga terlihat pada saat pelatihan, tidak malu untuk bertanya sehingga membuat kegiatan ini berjalan lancar tanpa ada kendala sama sekali.

Dengan demikian target kerja dapat tercapai dengan baik adapun target-target yang tercapai :

- Mampu mengoperasikan QRIS dalam kegiatan transaksi keuangan
- Mampu meningkatkan omset penjualan produk, karena selama pandemi ini berlangsung omset penjualan UMKM menurun

dukungan dan peran serta dari semua elemen yang terlibat di dalamnya. Partisipasi masyarakat akan kegiatan sosialisasi dapat dinyatakan cukup tinggi mengingat banyaknya keuntungan akan penggunaan aplikasi QRIS ini. Banyak dari mereka yang menghubungi kembali lewat WA untuk mendapatkan informasi lebih banyak terkait QRIS. Walaupun banyak penghambat kegiatan seperti yang dipaparkan di atas, namun tidak menghalangi rasa ingin tahu

masyarakat terkait penggunaan aplikasi QRIS dalam situasi pandemi Covid-19 ini. Dengan berjalannya program ini diharapkan pelaku usaha UMKM dapat memaksimalkan penggunaan QRIS dan memahami bagaimana pemasaran produk menggunakan teknologi digitalisasi,

Dengan dilaksanakannya program dan penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan melalui pemasaran di media sosial di masa pandemi covid-19 agar dapat tetap menjalankan usaha dengan baik sampai masa pandemi ini berakhir dan tetap mematuhi protokol kesehatan dan aturan dari pemerintah.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan sosialisasi penerapan QRIS dan membantu pemasaran produk melalui teknologi informasi ini telah terlaksana dengan baik. Terlaksananya kegiatan ini tentunya tidak terlepas karena bantuan dan dukungan beberapa pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih kepada Pemerintah Desa Sumerta Kaja beserta staf, Pelaku UMKM serta Bank BPD Bali atas izin dan bimbingan yang diberikan. Tanpa adanya izin dan bimbingan yang diberikan oleh jajaran Pemerintah Provinsi Bali, pelaku UMKM dan Bank BPD Bali maka kegiatan ini tidak akan dapat dilaksanakan. Adapun pihak yang paling berkontribusi pada kegiatan ini adalah Pelaku UMKM desa Sumerta Kaja yang mengikuti pelatihan QRIS dan Pelatiha

pemasaran penjualan produk melalui media teknologi informasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ana, Suci Nur (2020). Laporan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Daring Masa Pandemi Covid-19 dari [https://sipadu.isi-ska.ac.id/mhsw/laporan/laporan\\_66082009132\\_04448.pdf](https://sipadu.isi-ska.ac.id/mhsw/laporan/laporan_66082009132_04448.pdf)
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), 233-247.
- LPPM. (2021). Buku : *Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid 19*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Liu, E., & Sukmariningsih, R. M. (2021). Membangun model basis penggunaan teknologi Digital bagi UMKM dalam masa pandemi COVID-19. *Jurnal Ius Constituendum*, 6(1), 213-234.
- Rusdi, Moh. 2019. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volumen Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis. Vol. 6 No. 2
- Sihaloho, J.E., Atifah R., dan Suci R. 2020. Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 2

## **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. JTB INDONESIA**

**I Made Krisma Anatama<sup>1</sup>, I Nengah Suardhika<sup>2</sup>, I Gede Yudhi Hendrawan<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: [krismaanatama04@gmail.com](mailto:krismaanatama04@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia yaitu citra merek, promosi dan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh citra merek, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 konsumen yang telah melakukan pembelian lebih dari sekali di PT. JTB Indonesia, diambil dengan metode *cochran* dan teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia.

**Kata kunci:** Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

### **ABSTRACT**

*There are some factors that influence purchasing decisions at PT. JTB Indonesia, namely brand image, promotion and service quality. The purpose of this research was to examine and obtain empirical evidence of the influence of brand image, promotion and service quality on purchasing decisions at PT. JTB Indonesia. The number of samples in this research were 97 consumers who had purchases for more than once at PT. JTB Indonesia, was taken using the Cochran method and the sampling technique was accidental sampling. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis, classical assumption test, t test, and F test. The results of this research indicate that brand image has a positive and significant influence on purchasing decisions at PT. JTB Indonesia. Promotion has a positive and significant influence on purchasing decisions at PT. JTB Indonesia. Service quality has a positive and significant influence on purchasing decisions at PT. JTB Indonesia.*

**Keywords:** Brand Image, Promotion, Service Quality, Purchasing Decisions

### **I. PENDAHULUAN**

Persaingan yang begitu ketat saat ini menuntut perusahaan-perusahaan agar mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga dapat memenangkan pasar. Perusahaan sudah semestinya lebih berfokus pada konsumen agar dapat memenangkan persaingan, dengan memberikan kepuasan kepada konsumen maka akan dapat

membangun kepercayaan konsumen dan akhirnya tercipta hubungan yang erat antara konsumen dan perusahaan. Menurut konsep pemasaran, perusahaan yang bisa bertahan dan memenangkan persaingan di pasar global adalah perusahaan yang mampu menawarkan nilai lebih sesuai dengan keinginan pelanggan (Kotler & Keller, 2013).

Semua perusahaan tentu ingin tetap eksis dan menjadi lebih unggul, untuk tetap bertahan di

dunia bisnis maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Informasi melalui merek jasa biasanya mereka dapatkan dari iklan ataupun dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Promosi adalah teknik-teknik atau berbagai cara yang dirancang untuk menjual produk atau pesan yang disampaikan perusahaan kepada konsumen tentang produknya Widiyono & Pakkanna (2013:148). Langkah penting untuk menetapkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas, perusahaan dituntut harus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan / jasa dapat diartikan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono & Diana, 2012).

JTB Indonesia adalah salah satu perusahaan tour and travel yang terletak di Jl. Bypass Ngurah Rai No.88, Tuban, Kuta, Kabupaten Badung, Bali, berorientasi terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga mampu bersaing di dunia pariwisata dan meningkatkan penjualan. Perkembangan Travel JTB Indonesia tidak terlepas dari upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk dapat memaksimalkan serta memberikan kepuasan bagi konsumennya. Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dari pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan setelah melakukan transaksi di travel JTB Indonesia.

Diketahui bahwa tahun 2020 PT.JTB Indonesia mengalami penurunan wisatawan yang sangat drastis dari tahun yang sebelumnya yang disebabkan oleh kurangnya citra merek, promosi dan kualitas pelayanan yang mengakibatkan keputusan pembelian menurun, dengan demikian perusahaan perlu melakukan upaya agar tingkat penjualan dapat meningkat seterusnya, hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat akan tempat wisata yang menarik dan wajib di kunjungi atau kurangnya citra merek, promosi dan kualitas pelayanan yang masi kurang baik sehingga kurang maksimalnya membangun hubungan yang baik oleh perusahaan dan konsumen sehingga mengakibatkan konsumen enggan datang kembali sehingga keputusan pembelian berkurang.

Menurut Kotler & Keller (2016) citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan asosiasi

yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek. Pendapat lainnya menurut Sangadji & Sopiah (2013) yaitu citra merek (*brand image*) dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek, sama halnya ketika kita berpikir mengenai orang lain. Semakin baik citra suatu merek, semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari & Iskandar (2018) dan Ayu (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

Menurut Shinta (2011:127) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi sangat diperlukan dalam menentukan keputusan pembelian karena promosi berfungsi untuk menyebarkan informasi yang berguna untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Promosi yang digunakan biasanya seperti sosial media, radio, poster dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh: Nurhayati (2017) dan Solihin & Wibawanto (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan dimana kualitasnya ditentukan pada saat pemberian pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Kualitas pelayanan akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap jasa tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Boediono, dkk (2018) dan Daulay (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan untuk menjawab fenomena dan mengisi gap pada masing-masing hubungan variabel baik citra merek, promosi maupun

kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia.

## I. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Theory of Reasoned Action (TRA)*

*Theory reasoned action* pertama kali dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1980. Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Dalam TRA ini, Ajzen (1980) menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku menentukan akan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tersebut. *Theory reasoned action* menjelaskan tahapan-tahapan manusia melakukan perilaku. Pada tahap awal, perilaku (*behavior*) diasumsikan ditentukan oleh niat (*intention*). Pada tahap berikutnya niat dapat dijelaskan dalam bentuk sikap terhadap perilaku (*attitudes toward the behavior*) dan norma subyektif. Tahap-tahap ketiga dipertimbangkan sikap dan norma subyektif dalam bentuk kepercayaan tentang konsekuensi terhadap perilakunya dan ekspektasi normatif dari orang yang relevan. Dalam upaya mengungkapkan pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat untuk dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku, Ajzen melengkapi *Theory reasoned action* ini dengan keyakinan (*beliefs*). Dikemukakannya bahwa sikap berasal dari keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*), sedangkan norma subyektif berasal dari keyakinan normatif (*normative beliefs*).

### Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2012) diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Menurut Pakpahan (2016:142), keputusan pembelian adalah keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya, termasuk usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. Kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli sebuah produk dan setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudiandapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Menurut Kotler & Keller

(2014) indikator keputusan pembelian yaitu: (1) Perhatian (*attention*), (2) Ketertarikan (*interest*), (3) Keinginan (*desire*), (4) Tindakan (*Action*).

### Citra Merek

Citra merek dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Menurut (*American Marketing Association*) dalam Kotler & Keller (2012:258) mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan dari barang atau jasa pesaing. Menurut Kotler & Armstrong (2012:275), merek adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing. Menurut Rangkuti (2014:44) indikator citra merek yaitu: (1) Pengenalan (*Recognition*), (2) Reputasi (*Reputation*), (3) Daya tarik (*Affinity*), (4) Kesetiaan (*Loyalty*).

### Promosi

Promosi menurut Swastha & Irawan (2012) adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, pendidikan, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. Di sisi lain menurut Rangkuti (2012:50) promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Menurut Kotler & Keller dalam penelitian Rosvita (2013: 28) indikator promosi yaitu: (1) Jangkauan promosi, (2) Kuantitas penayangan iklan, (3) Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mempengaruhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2012:152). Sehingga defenisi kualitas dapat diartikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan

keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Menurut Mahmoedin (2011:2) kualitas pelayanan adalah Suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan. Menurut Parasuraman, *et al.* (2012) indikator kualitas pelayanan yaitu: (1) Karyawan dapat menanggapi permintaan pembeli, (2) Karyawan melayani dengan sepenuh hati, (3) Karyawan menunjukkan perhatian yang cukup besar dalam memberikan pelayanan, (4) Karyawan membelikan pelayanan yang cepat dalam merespon permintaan pembelian.

### Hipotesis

Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan suatu keunggulan bersaing. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Citra terhadap produk berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu produk. Konsumen dengan citra positif terhadap suatu produk, lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian, oleh karena itu kegunaan utama dari iklan diantaranya adalah untuk membangun citra positif terhadap suatu produk. Manfaat lain dari citra produk yang positif, yaitu dengan mengembangkan suatu produk dan memanfaatkan citra positif yang telah terbentuk terhadap produk lama (Sutisna, 2013:83). Penelitian dari Wulandari & Iskandar (2018) yang menemukan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat diajukan hipotesis, yakni:

**H<sub>1</sub>: Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian**

Menurut Tjiptono (2012:236) menyatakan bahwa melalui promosi penjualan perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, meningkatkan pembelian tanpa rencana sebelumnya (*impulse buying*) atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat dengan pengecer. Promosi penjualan merupakan suatu dorongan yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian lebih banyak. Penelitian dari Nurhayati (2017) menemukan bahwa promosi berpengaruh positif

secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat diajukan hipotesis, yakni:

**H<sub>2</sub>: Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian**

Menurut Tjiptono (2009:6) kualitas pelayanan menjadi keharusan yang dilakukan perusahaan agar bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan berkualitas dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan yang berkualitas sangat penting perannya dalam pengambilan keputusan pembelian. Tanpa pelayanan yang berkualitas maka calon wisatawan tidak akan tertarik untuk membeli paket *tour* yang ditawarkan. Hal tersebut berbanding lurus dengan pernyataan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Boediono, dkk (2018) menemukan bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat diajukan hipotesis, yakni:

**H<sub>3</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian**

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif untuk meneliti sampel atau populasi tertentu dan pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan pengumpulan data menggunakan instrument, analisis data bersifat statistik. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. JTB Indonesia. JTB Indonesia merupakan salah satu perusahaan *Tour and Trevel* yang beralamat di Bypass Ngurah Rai No.88, Tuban, Kuta, Kabupaten Badung, Bali 80361. Objek dalam penelitian ini adalah penurunan tingkat penjualan dan keputusan pembelian pada PT.JTB Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli produk yang disediakan oleh PT.JTB Indonesia. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: (1) Kuesioner, (2) Wawancara, (3) Dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan sebagai berikut: (1) Data yang terkumpul mula-mula di uji dengan uji validitas dan reliabilitas. Dalam uji validitas dan reliabilitas, variabel keputusan pembelian, citra merek, promosi dan kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien korelasi lebih

besar dari 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner telah memenuhi syarat valid, sedangkan hasil perhitungan dari setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Hal ini berarti semua variabel dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel. (2) Kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. (3) Analisis regresi linear berganda, (4) Uji model fit, (5) Pengujian hipotesis.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti residual data berdistribusi normal.

##### 2. Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 atau *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10, maka disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinieritas* antara variabel bebas dalam model regresi.

##### 3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian *glejser* diperoleh nilai signifikansi semua variabel bebas bernilai lebih besar dari 0,05. Maka disimpulkan model regresi tidak terkena masalah heteroskedastisitas.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 1**

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)					0,23	0,81
Citra Merek (X <sub>1</sub> )	0,074	0,316			5	0,02
Promosi (X <sub>2</sub> )	0,195	4	0,202		2	0,04
Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0,394	0,09	0,374		3	0,00
		0,10			4,04	0,00
		0,405	0,346		6	0,00
R	= 0,809					
R Square	= 0,654					
Adjusted R Square	= 0,643					
F Statistic	= 58,608					
Signifikansi	= 0,000					

Sumber: data diolah (2021)

**Dari hasil Tabel 1 di atas, diperoleh nilai a = 0,074, nilai b<sub>1</sub> = 0,195, nilai b<sub>2</sub> = 0,394 dan nilai b<sub>3</sub> = 0,405, maka persamaan regresi berganda menjadi:**

$$Y = 0,074 + 0,195 X_1 + 0,394 X_2 + 0,405 X_3$$

Berdasarkan hasil persamaan ini, dapat dijelaskan pada pengaruh citra merek (X<sub>1</sub>), promosi (X<sub>2</sub>) dan kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu sebagai berikut:

1. Dilihat dari nilai a = 0,074, b<sub>1</sub> = 0,195, b<sub>2</sub> = 0,394 dan b<sub>3</sub> = 0,405. Artinya apabila citra merek (X<sub>1</sub>), promosi (X<sub>2</sub>) dan kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) sama-sama tidak meningkat, maka keputusan pembelian (Y) akan tetap sebesar 0,074.
2. Dilihat dari b<sub>1</sub> = 0,195. Artinya apabila citra merek (X<sub>1</sub>) meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Dilihat dari b<sub>2</sub> = 0,394. Artinya apabila promosi (X<sub>2</sub>) meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Dilihat dari b<sub>3</sub> = 0,405. Artinya apabila kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>) meningkat maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel lain tetap.

#### Uji Model Fit

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara citra merek, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia, maka digunakan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada Tabel 1 di atas. Besarnya nilai *Adjusted R Square* adalah 0,643. Ini berarti pengaruh citra merek, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia sebesar 64,3 persen sedangkan sisanya 35,7 persen dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, citra merek, promosi dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia.

Berdasarkan Tabel 1 di atas, didapatkan nilai F<sub>hitung</sub> sebesar 58,608 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa citra merek, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

#### Pengujian Hipotesis (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 1 di atas dengan penjelasan sebagai berikut.



1. Hasil pengujian t-test pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,195 dan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,332 serta nilai signifikan uji t sebesar 0,022 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (taraf nyata) = 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia, sehingga hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Iskandar (2018) menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian t-test pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,394 dan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,293 serta nilai signifikan uji t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (taraf nyata) = 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia, sehingga hipotesis 2 ( $H_2$ ) diterima. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2017) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil pengujian t-test pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,405 dan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,046 serta nilai signifikan uji t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (taraf nyata) = 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia, sehingga hipotesis 3 ( $H_3$ ) diterima. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anjarsari & Waluyo (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Artinya jika promosi semakin baik maka akan diikuti peningkatan keputusan pembelian, sebaliknya bilamana promosi semakin buruk maka akan diikuti penurunan keputusan pembelian.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Artinya jika kualitas pelayanan semakin baik maka akan diikuti peningkatan keputusan pembelian, sebaliknya bilamana kualitas pelayanan semakin buruk maka akan diikuti penurunan keputusan pembelian.

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas selanjutnya ditemukan hasil implikasi sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pimpinan PT. JTB Indonesia untuk lebih meningkatkan citra produknya dengan cara berinovasi agar produk yang ditawarkan memiliki keunggulan tersendiri dari pada pesaing. Lebih aktif dalam melakukan promosi di media sosial, seperti: instagram, facebook, traveloka, dll agar dapat meraih pasar yang lebih luas. Serta agar dapat membangun interaksi dengan wisatawan. Memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan agar dapat menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan dalam menggunakan produk dari PT. JTB.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian selain variabel yang sudah peneliti lakukan, dilakukan dengan jumlah sampel yang lebih banyak dan juga tempat penelitian yang berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anjarsari, G. N. & Waluyo, H. D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga Tiket terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PO Ramayana Magelang (Studi Kasus pada Pengguna Bus Ramayana VIP). *Jurnal JIAB*, 6(3).
- Ayu, A. (2019). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar. *Skripsi*. Universitas Negeri Makassar.
- Boediono, Christian & Immanuel. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal PERFORMA*, 3(1), pp. 90-99.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh citra merek, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Artinya jika citra merek semakin baik maka akan diikuti peningkatan keputusan pembelian, sebaliknya bilamana citra merek semakin buruk maka akan diikuti penurunan keputusan pembelian.

- Daulay, N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada ayam penyet surabaya jl. dr. Mansyur Medan). In: *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmoedin, 2011. *Melacak Kredit Bermasalah*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *Jurnal JBMA*, 4(2), pp. 60-69.
- Pakpahan, M. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. Rural Development Service.
- Rangkuti. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya press (UB Press).
- Solihin, D. & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pelanggan dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran*, 3(3), pp. 30-36.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Swastha & Irawan. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, F. & Diana, A. (2012). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Widiyono & Pakkana, M. (2013). *Pengantar Bisnis: Respon terhadap Dinamika Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wulandari, R. D. & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 3(1), pp. 11-18.

## **PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA DAN LOYALITAS KARYAWAN PADA MITRA 10 GATSU DENPASAR**

Ni Luh Kadek Noviyanti<sup>1</sup>, I Ketut Setia Sapta<sup>2</sup>, I Gede Rihayana<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email : ny778314@gmail.com

### Abstrak

Lingkungan kerja dari sebuah organisasi akan mempengaruhi kinerja karyawan dan loyalitas karyawannya. Hal tersebut juga terjadi di Mitra 10 Gatsu Denpasar, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja dan loyalitas karyawan pada Mitra 10 Gatsu Denpasar.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 86 orang responden yaitu karyawan Mitra 10 Gatsu Denpasar. Teknik analisis data dengan analisis regresi linier berganda, analisis determinasi, analisis korelasi berganda, dan uji f serta uji t.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan. Ini artinya semakin baik lingkungan kerja maka kinerja karyawan semakin meningkat demikian sebaliknya. Selain itu Lingkungan kerja juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Ini artinya semakin tinggi lingkungan kerja maka loyalitas karyawan semakin meningkat demikian sebaliknya.

Kata Kunci : lingkungan kerja, kinerja karyawan, loyalitas karyawan

### Abstract

The work environment of an organization will affect employee performance and employee loyalty. This also happened at Mitra 10 Gatsu Denpasar, therefore this study aims to determine the effect of the work environment on employee performance and loyalty at Mitra 10 Gatsu Denpasar. This research was conducted by distributing questionnaires to 86 respondents, namely the employees of Mitra 10 Gatsu Denpasar. Data analysis techniques with multiple linear regression analysis, analysis of determination, multiple correlation analysis, and f test and t test. Based on the results of the analysis, it is found that the work environment has a positive and significant effect on employee performance. This means that the better the work environment, the employee's performance will increase and vice versa. In addition, the work environment also has a positive and significant effect on employee loyalty. This means that the higher the work environment, the employee's loyalty increases and vice versa.

Keywords: work environment, employee performance, employee loyalty

### **PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi dewasa ini, peran sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap perkembangan di dunia usaha. Pengaruh yang sangat jelas terlihat adalah persaingan yang terjadi antara perusahaan yang satu dengan perusahaan lainnya. Hal tersebut menyebabkan perusahaan berupaya lebih

keras dan berlomba-lomba meningkatkan mutu kinerja karyawan agar menjadi lebih unggul diantara para pesaingnya serta memenangkan pasar. Kinerja karyawan merupakan hal yang sangat penting untuk kemajuan suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan kinerja karyawan sebagai faktor utama untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Apabila

kinerja karyawan rendah maka produktivitas perusahaan akan menurun, maka dari itu pimpinan harus mencari solusi agar kinerja karyawan semakin meningkat dan mereka mampu bekerja secara maksimal.

Kinerja sangat penting bagi organisasi karena kinerja yang tinggi tentu dapat mengurangi angka absensi, pekerjaan dapat terselesaikan dengan waktu yang lebih singkat, memperoleh keuntungan dari sudut kecilnya angka kerusakan. Menurut Wibowo (2011) kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Selain itu, kinerja juga memiliki arti hasil kerja karyawan dilihat dari aspek kualitas, kuantitas, waktu kerja, dan kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan (Sutrisno, 2016). Kinerja merupakan suatu hal yang merujuk pada tingkat keberhasilan melaksanakan tugas serta kemampuan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun fenomena yang terkait yaitu kinerja karyawan di Mitra10 Gatsu, Denpasar yang kurang baik dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Mitra 10 merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penjualan bahan bangunan yang berada di bawah naungan PT Catur Mitra Sejati Sentosa (CMSS) dengan merek Mitra10. Perusahaan ini adalah ritel modern pertama yang melahirkan konsep belanja bahan bangunan dan perlengkapan rumah dalam satu atap di Indonesia. Hasil observasi dan wawancara penulis dengan beberapa pelanggan yang membeli bahan bangunan di Mitra10 Gatsu menyatakan bahwa pelayanan dan kinerja dari karyawan tersebut kurang maksimal dan hal tersebut menyebabkan pelanggan merasa kecewa. Jika hal ini terus menerus terjadi, maka omzet penjualan Mitra10 akan menurun.

Loyalitas karyawan merupakan aspek penting lainnya dalam manajemen sumber daya manusia guna memajukan suatu perusahaan. Kontribusi karyawan yang memiliki loyalitas tinggi dalam perusahaan, akan membantu meningkatkan kuantitas dan kualitas di dalam perusahaan tersebut (Lestari, 2015). Adanya loyalitas karyawan tersebut akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, karena dapat mencapai tujuan dan keberlangsungan perusahaan. Menurut Hasibuan (dalam Soegandhi, 2013) loyalitas kerja atau kesetiaan merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian karyawan yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaannya, jabatannya dan organisasi. Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggung jawab menurut Robbins (dalam

Rahadiwati, 2013). Loyalitas para karyawan bukan hanya sekedar kesetiaan fisik atau keberadaannya di dalam organisasi, namun termasuk pikiran, perhatian, gagasan, serta dedikasinya tercurah sepenuhnya kepada organisasi.

Loyalitas kerja diartikan sebagai kesetiaan dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab (Hasibuan, 2011). Menurut Rowley (2012), loyalitas adalah sikap berkomitmen, setia dan menjaga hubungan kerja dengan para pekerja dengan lebih baik lagi untuk peningkatan kinerja termasuk peningkatan produktivitas kinerja tim dan individu yang diakibatkan oleh rendahnya ketidakhadiran dan menurunnya angka *turnover*. Sedangkan pengertian loyalitas menurut Iqbal et. al (2015) yakni *employee loyalty can be defined as employees being committed to the success of the organization and believing that working for this organization is their best option*. Dapat diartikan bahwa loyalitas karyawan adalah suatu komitmen karyawan untuk kesuksesan perusahaan dan percaya bahwa dengan bekerja di perusahaan ini merupakan pilihan yang terbaik.

Fenomena mengenai loyalitas karyawan di Mitra10 Gatsu yakni tingginya tingkat keluar masuk (*turn over*) karyawan dalam lima tahun terakhir. Hasil observasi dan wawancara peneliti dengan lima orang bekas karyawan Mitra10 Gatsu yang menunjukkan bahwa masa kerja mereka hanya berkisar satu tahun. Hal ini sangat menghambat kemajuan perusahaan karena perusahaan banyak menghabiskan waktu dan biaya untuk pelatihan kepada karyawan baru. Selain itu, dengan masuknya karyawan baru secara berkala dapat mempengaruhi efektivitas kinerja karyawan.

Lingkungan kerja juga merupakan salah satu penyebab dari keberhasilan dalam melaksanakan suatu pekerjaan, tetapi juga dapat menyebabkan suatu kegagalan dalam pelaksanaan suatu pekerjaan karena lingkungan kerja dapat membawa dampak positif dan negatif bagi karyawan dalam rangka mencapai hasil kerjanya. Hal tersebut mengartikan bahwa lingkungan kerja merupakan faktor yang sangat penting untuk produktivitas suatu perusahaan. Lingkungan kerja merupakan tempat dimana para karyawan melakukan aktivitas bekerja. Lingkungan kerja yang memusatkan bagi karyawannya dapat meningkatkan kinerja. Sebaliknya lingkungan kerja yang tidak memadai akan dapat menurunkan kinerja. Kemudian, setelah mempengaruhi kinerja, hal tersebut akan mempengaruhi loyalitas karyawan (Gunawan, 2014). Sedangkan, menurut Nitisemito (dalam Nuraini, 2013), lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar karyawan dan dapat mempengaruhi dalam menjalankan tugas yang diembankan

kepadanya misalnya dengan adanya *air conditioner* (AC), penerangan yang memadai dan sebagainya.

Adapun fenomena yang terkait dengan lingkungan kerja pada karyawan Mitra10 Gatsu, yaitu berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan Mitra10 Gatsu Denpasar, Adi Martawan menyatakan bahwa seringkali terjadi kendala komunikasi antara karyawan dengan atasan yang menyebabkan penurunan kinerja. Adi menambahkan bahwa ketika salah satu karyawan mendapat tugas di luar kota atau luar negeri, kemudian terdapat penawaran harga oleh pelanggan sehingga hal tersebut harus didiskusikan dengan atasan yang ada di Bali. Namun hal tersebut kerap menimbulkan miskomunikasi sehingga pelanggan merasa kecewa dan tidak berniat membeli bahan bangunan dari Mitra10. Fenomena ini menunjukkan bahwa terdapat permasalahan di lingkungan kerja di Mitra10 khususnya hubungan antar karyawan.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja dan loyalitas karyawan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sofyan (2013) pada 40 pegawai BAPPEDA Kabupaten Aceh Utara. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana, yang menunjukkan hasil koefisien Durbin-Watson bernilai 0,801 yang berarti bahwa lingkungan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pegawai. Dalam penelitian tersebut, tidak dijelaskan persentase signifikansi pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai BAPPEDA tersebut. Hasil menyebutkan bahwa kinerja pegawai BAPPEDA Kabupaten Aceh Utara sudah baik, namun ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan seperti lingkungan sosial karyawan dan lingkungan fisik seperti temperatur udara, sanitasi lingkungan dan prasarana yang mendukung, sehingga pegawai dapat memaksimalkan pekerjaan.

Kemudian hasil yang sama juga disebutkan oleh Sari & Karnadi (2019), yang menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan di PT Semen Baturaja. Secara keseluruhan, variabel lingkungan kerja memiliki pengaruh sebesar 53,5% terhadap variabel loyalitas karyawan PT. Semen Baturaja (Persero) Site Baturaja.

## LANDASAN TEORI

### *Goal Setting Theory*

Penelitian ini menggunakan *Goal Setting Theory* yang dikemukakan oleh Locke (1968) sebagai *grand theory*. Teori ini mengemukakan bahwa dua *cognitions* yaitu *values* dan *intentions* (atau tujuan) sangat menentukan perilaku seseorang. Berdasarkan teori ini suatu individu menentukan tujuan atas perilakunya di masa depan dan tujuan tersebut akan mempengaruhi perilaku orang tersebut. Disamping itu, teori ini juga menunjukkan adanya keterkaitan

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin kondusif lingkungan kerja sebagai tempat karyawan tersebut bekerja berdampak pada kesetiaan karyawan untuk mengabdikan pada perusahaan. Sedangkan, pengaruh sebesar 46,5% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Variabel lainnya yang sebesar 46,5% menjadi kekurangan dari penelitian Sari dan Karnadi (2019).

Berikutnya, hasil penelitian oleh Putra dan Sriathi (2019) yang mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lingkungan Kerja terhadap Loyalitas karyawan pada Inna Bali Heritage Hotel. Koefisien determinasi menyebutkan hasil sebesar 64,6% Loyalitas Karyawan (Y) dipengaruhi oleh Lingkungan Kerja (X1) Stres Kerja (X2) dan Kompensasi (X3). Hasil penelitian yang sama menurut Mamesah (2016) dengan penelitian yang berjudul "Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Dan Loyalitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada LPP RRI Manado". Hasil menunjukkan bahwa lingkungan kerja, disiplin kerja dan loyalitas kerja secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada LPP RRI Manado. Serta secara parsial, lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan LPP RRI Manado. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Purba (2017) juga menunjukkan hasil yang serupa dengan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus PT. Capella Dinamik Nusantara Cab. Kandis)". Hasil dari penelitian ini adalah kompensasi dan lingkungan kerja berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Capella Dinamik Nusantara Cab. Kandis. Hal ini menarik penulis untuk meneliti lebih lanjut pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja dan loyalitas karyawan Mitra10 Gatsu Denpasar. Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada Mitra10 Gatsu Denpasar.
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap loyalitas karyawan pada Mitra10 Gatsu Denpasar.

antara sasaran dan kinerja. Sasaran dapat dipandang sebagai tujuan/tingkat kinerja yang ingin dicapai oleh individu. Jika seorang individu komit dengan sasaran tertentu, maka hal ini akan mempengaruhi tindakannya dan mempengaruhi konsekuensi kinerjanya.

*Goal-setting theory* mengisyaratkan bahwa seorang individu berkomitmen pada tujuan. Jika seorang individu memiliki komitmen untuk mencapai tujuannya, maka komitmen tersebut akan

mempengaruhi tindakannya dan mempengaruhi konsekuensi kinerjanya. Capaian atas sasaran (tujuan) yang ditetapkan dapat dipandang sebagai tujuan/tingkat kinerja yang ingin dicapai oleh individu. Secara keseluruhan, niat dalam hubungannya dengan tujuan-tujuan yang ditetapkan, merupakan motivasi yang kuat dalam mewujudkan kinerjanya. Individu harus mempunyai keterampilan, mempunyai tujuan dan menerima umpan balik untuk menilai kinerjanya. Capaian atas sasaran (tujuan) mempunyai pengaruh terhadap perilaku pegawai dan kinerja dalam organisasi (Lunenburg, 2011)

Kusuma (2013) menemukan bahwa *goal-setting* berpengaruh pada ketepatan anggaran. Anggaran merupakan hal yang mendasar bagi suatu organisasi/instansi untuk dapat menjalankan kegiatan operasional organisasi/instansi tersebut. Anggaran adalah pedoman kegiatan organisasi/instansi dalam bentuk keuangan yang mengandung aktivitas selama satu periode tertentu dan juga merupakan tujuan dari organisasi tersebut (Sari dan Yanti, 2015). Setiap organisasi yang telah menetapkan sasaran (*goal*) yang diformulasikan ke dalam rencana anggaran lebih mudah untuk mencapai target kinerjanya sesuai dengan visi dan misi organisasi itu sendiri. Sebuah anggaran tidak hanya sekedar mengandung rencana dan jumlah nominal yang dibutuhkan untuk melakukan kegiatan/program, tetapi juga mengandung sasaran yang ingin dicapai organisasi. Berdasarkan pendekatan *goal-setting theory* keberhasilan kinerja penyusun laporan akuntabilitas kinerja instansi pemerintah merupakan tujuan yang ingin dicapai, sedangkan variabel gaya kepemimpinan, budaya organisasi dan kecerdasan spiritual sebagai faktor penentu. Semakin tinggi faktor penentu tersebut maka akan semakin tinggi pula kemungkinan pencapaiannya.

### **Kinerja Karyawan**

1. Gibson dalam Amins (2012:41), mengemukakan bahwa kinerja merupakan tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas dan kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Moeheriono (2012:95), menyatakan bahwa kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Sedangkan menurut Wibowo (2014:7), kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya

3. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dicapai oleh karyawan sesuai dengan standar yang ditentukan oleh perusahaan. Indikator kinerja karyawan menurut Prawirosentono (2015) meliputi :

- a) Jumlah hasil pekerjaan
4. Tingkat produktivitas karyawan, hal ini berkaitan dengan kuantitas (jumlah) hasil pekerjaan yang mampu diselesaikan oleh seorang karyawan.
- b) Kualitas pekerjaan
5. Kualitas atau hasil pekerjaan adalah bagian dari ketelitian yang dimiliki oleh karyawan bersangkutan.
- c) Pengetahuan atas tugas
6. Pengetahuan seorang karyawan tentang pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.
- d) Kerjasama
7. Ketergantungan kepada orang lain dari seorang karyawan perlu dinilai, karena berkaitan dengan kemandirian (*self confidence*) seorang dalam melaksanakan pekerjaannya.
- e) Tanggung jawab
8. Kemampuan karyawan membuat perencanaan dan jadwal pekerjaannya, hal ini dinilai penting sebab akan mempengaruhi ketepatan waktu hasil pekerjaan yang menjadi tanggung jawab seorang karyawan.
- f) Sikap kerja
9. Kebijakan yang bersifat naluriah yang dimiliki oleh seorang karyawan dapat mempengaruhi kinerja, karena dia mempunyai kemampuan dan menilai tugasnya dalam menunjang tujuan organisasi.
- g) Inisiatif
10. Kehadiran dalam rapat disertai dengan kemampuan menyampaikan gagasan-gagasannya kepada orang lain mempunyai nilai tersendiri dalam menilai kinerja seorang karyawan.
- h) Keterampilan Teknis
11. Pengetahuan teknis atas pekerjaan yang menjadi tugas seorang karyawan harus dinilai, karena hal ini berkaitan dengan mutu pekerjaan dan kecepatan seorang karyawan menyelesaikan suatu pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya

### **Loyalitas Karyawan**

Menurut Siagian (2010), loyalitas adalah suatu kecenderungan karyawan untuk tidak pindah ke perusahaan lain sebab loyalitas dapat mempengaruhi pada kenyamanan karyawan untuk bekerja pada suatu perusahaan.

Menurut Widodo (2015) pengertian loyalitas merupakan pengabdian seorang karyawan kepada tempatnya bekerja untuk terus berkarya dalam suatu periode yang lama.

Berdasarkan berbagai pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas karyawan adalah kesetiaan seorang karyawan terhadap perusahaan dan karyawan tersebut memiliki rasa tanggung jawab terhadap perusahaan karena adanya rasa memiliki yang kuat. Menurut Siswanto Saydam dalam Kurniawan (2015) mengemukakan indikator loyalitas karyawan adalah sebagai berikut :

- a) Taat terhadap peraturan
12. Mentaati segala peraturan perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku, mentaati perintah kedinasan yang diberikan atasan yang berwenang dengan baik, selalu mentaati jam kerja yang sudah ditentukan
- b) Bertanggung jawab
13. Dapat menyelesaikan tugas dengan baik dan tepat waktu, selalu menyimpan barang-barang dinas dengan sebaik-baiknya, mengutamakan kepentingan dinas dari kepentingan golongan, tidak pernah melempar kesalahan yang dibuatnya kepada orang lain
- c) Menyumbangkan pemikiran dan tenaga secara ikhlas kepada organisasi
14. Selalu melakukan tugas dengan penuh keihlasan tanpa merasa dipaksa.
- d) Jujur
15. Tidak menyalahgunakan wewenang yang ada padanya dan melaporkan hasil pekerjaan kepada atasan apa adanya.

### Lingkungan Kerja

Menurut Supardi dalam Nurhaida (2010), lingkungan kerja merupakan keadaan sekitar tempat kerja, baik secara fisik maupun non fisik yang dapat memberikan kesan yang menyenangkan, mengamankan, menentramkan, dan betah kerja. Sedangkan, menurut Sedarmayanti (2013:23) mengemukakan bahwa lingkungan kerja adalah suatu tempat yang terdapat sebuah kelompok dimana di dalamnya terdapat beberapa fasilitas pendukung untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Dari beberapa pendapat di atas, disimpulkan bahwa lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang ada di sekitar karyawan pada saat bekerja, lingkungan kerja harus bersifat kondusif sehingga dapat memberikan rasa aman dan memungkinkan karyawan untuk dapat bekerja optimal dan produktif. Indikator lingkungan kerja menurut Sedarmayanti dalam Budiando dan Amelia (2015:108) adalah sebagai berikut:

- a) Penerangan

Penerangan adalah cukup sinar yang masuk ke dalam ruang kerja masing – masing pegawai. Dengan tingkat penerangan yang cukup akan membuat kondisi kerja yang menyenangkan.

- b) Suhu udara

Suhu udara adalah seberapa besar temperature di dalam suatu ruang kerja pegawai. Suhu udara ruangan yang terlalu panas atau terlalu dingin akan menjadi tempat yang menyenangkan untuk bekerja.

- c) Suara bising

16. Suara bising adalah tingkat kepekaan pegawai yang mempengaruhi aktifitasnya pekerja.

- d) Penggunaan warna

17. Penggunaan warna adalah pemilihan warna ruangan yang dipakai untuk bekerja.

- e) Ruang gerak yang di perlukan

Ruang gerak adalah posisi kerja antara satu pegawai dengan pegawai lainnya

- f) Hubungan pegawai dengan pegawai lainnya

18. Hubungan pegawai dengan pegawai lainnya harus harmonis karena untuk mencapai tujuan instansi akan cepat jika adanya kebersamaan dalam menjalankan tugas – tugas yang di embankannya.

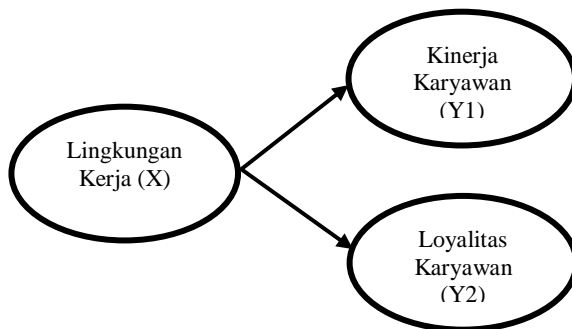
## KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

### Kerangka Berpikir

Sebuah organisasi atau perusahaan pasti memiliki keinginan untuk mencapai sebuah tujuan yang sudah ditetapkan. Demi mencapai tujuan tersebut tentunya sebuah perusahaan harus dikelola dan dijalankan dengan baik dan benar. Dalam suatu perusahaan, karyawan (SDM) merupakan aset perusahaan yang bertindak sebagai faktor penggerak utama dalam mencapai tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan sejak perusahaan tersebut didirikan. Oleh karena itu tanpa adanya dukungan dari sumber daya manusia yang bekerja dengan baik, maka sebuah perusahaan akan sulit untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dengan adanya aspek lingkungan kerja di dalam suatu perusahaan maka sangat penting untuk diperhatikan. Lingkungan kerja dapat dilihat dari fisik (Penerangan yang cukup, suhu udara yang baik, suara bising, pewarnaan, ruang gerak yang cukup, keamanan) serta lingkungan kerja non fisik (hubungan antar karyawan). Lingkungan kerja yang baik dapat mendukung pelaksanaan kerja sehingga karyawan menjadi lebih bersemangat dan merasa sangat nyaman dalam bekerja dan dapat meningkatkan kinerja karyawan. Selain kinerja karyawan yang meningkat, lingkungan kerja juga

dapat menciptakan suasana yang membuat tingkat loyalitas karyawan terhadap perusahaan meningkat sehingga niat bekerja serta tanggung jawab dari para karyawan akan tetap terjaga dan perusahaan dapat lebih berkembang serta dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam hal tersebut maka, penelitian mengenai pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja dan loyalitas karyawan dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1.**  
**Model Penelitian**

### Hipotesis

Lingkungan kerja merupakan suatu tempat yang terdapat sebuah kelompok dimana di dalamnya terdapat beberapa fasilitas pendukung untuk mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. (Sedarmayanti, 2013). Lingkungan kerja yang baik nantinya akan dapat berpengaruh terhadap kinerja karyawan di perusahaan (Suwondo, 2015)

Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan telah dibuktikan secara empiris dengan hasil penelitian sebelumnya, menurut penelitian yang dilakukan oleh Mamesah (2016) mendapatkan hasil bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan LPP RRI Manado. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sofyan (2013) juga mengungkapkan hal serupa, yaitu lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Pegawai BAPPEDA. Hidayat (2012) juga melakukan penelitian mengenai pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PDAM Kabupaten Lumajang. Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan, maka dapat disusun formulasi hipotesis sebagai berikut.

**H1 : Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Mitra 10 Gatsu Denpasar.**

Lingkungan kerja adalah tempat dimana karyawan melakukan aktivitas setiap harinya. Lingkungan kerja yang kondusif dapat memberikan rasa aman dan memungkinkan karyawan untuk dapat bekerja optimal (Harrianto, 2010). Lingkungan kerja dapat mempengaruhi loyalitas karyawan, dimana secara tersirat jika lingkungan kerja dari tenaga kerja tersebut baik, maka tenaga kerja tersebut akan lebih nyaman bekerja dan menghasilkan loyalitas yang lebih baik (Putra, 2019)

Pengaruh lingkungan terhadap loyalitas karyawan telah dibuktikan secara empiris berdasarkan penelitian sebelumnya, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra (2019) menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan Hotel Inna Bali Heritage. Hasil serupa juga didapat dari penelitian yang dilakukan Purba (2017) yang menemukan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan PT Capella Dinamik Nusantara Cabang Kandis. Sari (2019) juga melakukan penelitian mengenai pengaruh lingkungan kerja terhadap loyalitas, hasil temuan menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT Semen Baturaja (PERSERO) Site Baturaja. Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh lingkungan kerja terhadap loyalitas, maka dapat disusun formulasi hipotesis sebagai berikut.

**H2 : Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada Mitra 10 Gatsu Denpasar**

### METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Mitra 10 Gatsu Denpasar. Obyek pada penelitian ini adalah pengaruh dari lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dan loyalitas karyawan. Sedangkan subjek penelitiannya adalah para karyawan yang bekerja di Mitra10 Gatsu Denpasar. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif serta data kualitatif. Populasi dalam penelitian yaitu semua karyawan Mitra 10 Gatsu Denpasar yakni sebanyak 86 orang. Penentuan sampel dengan teknik sampling jenuh yang merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka dari itu sampel dalam penelitian ini yaitu 86 orang responden. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan pengujian instrument yang terdiri dari uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik antara lain: uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Analisis data dengan analisis



regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov (K-S)* sebesar 0,728, sedangkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,664. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model persamaan regresi tersebut berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,664 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0,05.

### Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk setiap variabel lebih besar dari 10% dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10 yang berarti model persamaan regresi bebas dari multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Sig.* dari variabel Lingkungan Kerja, Kinerja Karyawan, dan Loyalitas Kerja karyawan tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap *absolute residual*. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

#### Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil pengujian, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10,173 + 0,904 X_1$$

Nilai  $a$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  diperoleh persamaan garis regresi memberikan informasi bahwa:

$b_1 = 0,904$  artinya apabila Lingkungan Kerja ( $X_1$ ) semakin baik sedangkan Loyalitas Karyawan ( $Y_2$ ) tetap maka Kinerja Karyawan ( $Y_1$ ) meningkat.

#### Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan

Berdasarkan hasil pengujian, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,235 + 0,626 X_2$$

Nilai  $a$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  diperoleh persamaan garis regresi memberikan informasi bahwa:

$b_1 = 0,904$  artinya apabila Lingkungan Kerja ( $X_1$ ) semakin baik sedangkan kinerja karyawan ( $Y_1$ ) tetap maka loyalitas Karyawan ( $Y_2$ ) meningkat.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Lingkungan Kerja ( $X_1$ ) terhadap kinerja karyawan ( $Y_1$ ) dan Loyalitas karyawan ( $Y_2$ ) adalah positif, artinya bila variabel lingkungan kerja meningkat maka kinerja karyawan dan loyalitas karyawan meningkat dan begitu sebaliknya apabila Lingkungan Kerja menurun maka kinerja karyawan ( $Y_1$ ) dan loyalitas karyawan ( $Y_2$ ) menurun.

### Analisis Korelasi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian, koefisien korelasi simultan  $r = 0,744$  karena angka 0,744 terletak pada rentang 0,600 - 0,799, dan  $r = 0,850$  terletak pada rentang 0,800 - 1,00. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat serta hubungan positif dan sangat kuat antara lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dan loyalitas karyawan. Adanya peningkatan lingkungan kerja maka akan diikuti oleh kinerja karyawan dan loyalitas karyawan demikian sebaliknya.

### Analisis Determinasi Berganda

Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan besarnya  $R$  adalah 0,0,548 atau 54,8%. Koefisien determinasi sebesar 54,8%, artinya Lingkungan Kerja ( $X_1$ ), dapat menjelaskan Kinerja Karyawan ( $Y_1$ ) dan loyalitas karyawan ( $Y_2$ ) sebesar 54,80%. Sisanya sebesar 45,2% ( $100\% - 54,8\%$ ) = 45,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### Uji Parsial ( Uji-t )

1. Analisa Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan
19. Berdasarkan hasil pengujian, koefisien Lingkungan Kerja ( $b_1$ ) sebesar 0,744 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Mitra 10 Gatsu Denpasar.
2. Analisis Pengaruh lingkungan kerja terhadap Loyalitas karyawan.
20. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui koefisien lingkungan kerja ( $b_1$ ) sebesar 0,850 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dengan ( $\alpha$ ) = 5 persen ( $0,000 < 0,05$ ). Ini berarti bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada Mitra 10 Gatsu Denpasar.

## Pembahasan

### Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh positif Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dan terbukti kebenarannya.

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Mamesah (2016) dimana Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sofyan (2013) dan Hidayat (2012) bahwa Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

### **Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Hal ini berarti semakin tinggi lingkungan kerja maka loyalitas karyawan akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh positif lingkungan kerja terhadap loyalitas karyawan terbukti kebenarannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2019) juga menghasilkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Sari (2019) dan Purba (2017) yang menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dari bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan. Ini artinya semakin baik lingkungan kerja maka kinerja karyawan semakin meningkat demikian sebaliknya
- 2) Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Ini artinya semakin tinggi lingkungan kerja maka loyalitas karyawan semakin meningkat demikian sebaliknya.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan simpulan tersebut diatas, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan penilaian responden pada variabel lingkungan kerja, indikator yang memiliki nilai terendah yaitu ruang gerak yang dibutuhkan

karyawan, maka dari itu disarankan kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan ketersediaan ruang gerak agar dapat meningkatkan kenyamanan karyawan ketika menjalankan tugasnya.

- 2) Berdasarkan penilaian responden pada variabel kinerja karyawan, indikator dengan nilai terendah yaitu pengetahuan atas tugas, maka dari itu disarankan kepada pihak perusahaan untuk lebih sering memberikan pengarahan mengenai tugas-tugas yang harus dilakukan oleh karyawan Mitra 10 Gatsu Denpasar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amins, Achmad. 2012. *Manajemen Kinerja Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo
- Budianto dan Ameli, Kartini. 2015. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada PT Perusahaan Gas Negara (PERSERO) Tbk SBU Distributor Wilayah 1 Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Pamulang Vol. 3, No.1, Oktober 2015*
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gunawan, Adisaputro. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Unit penerbit dan percetakan.
- Harrianto, Ridwan. 2010. *Buku Ajar Kesehatan Kerja*. Jakarta: EGC
- Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hidayat, Zainul. 2012. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja serta Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Lumajang. *Jurnal WIGA Vol. 2 No. 1, Maret 2012 ISSN NO 2088-0944*
- Iqbal, Muhamad Azhari., Dhlan, Fanami., Mawardi, Kholik. 2015. Pengaruh Customers Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 28, No. 1.*
- Kurniawan, Hendra. 2015. Pengaruh Loyalitas karyawan, Motivasi Kerja dan Kedisiplinan
- Kusuma, I Gede Arya. 2013. Pengaruh Kejelasan Sasaran Anggaran, Komitmen Organisasi Dan Ketidakpastian Lingkungan Pada Ketepatan Anggaran (Studi Empiris Di Skpd Pemerintah Provinsi Bali). *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana. Bali.*
- Locke, Edwin. 1968. *Toward a Theory of Tasks Motivation and Incentives. American Institutes for Reaserch, No. 3:157-89, 1968.*

- Luneburg, F.C. 2011. Goal Setting Theory of Motivation. *International Journal of Management, Business, and Administration*, Vol 15. No. 1, 1-6.
- Mamesah, Andrew. 2016. Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Dan Loyalitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada LPP RRI Manado. *Jurnal EMBA Vol.4 No.3 September 2016*, Hal. 600-611.
- Moeheriono. 2012. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ningrum, Nadiya Lifa. 2014. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Auto 2000 Sukun Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 11 No. 1 Juni 2014*
- Nuraini, T. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pekanbaru : Yayasan Aini Syam.
- Pradana, Rizky. 2015. Analisis Pengaruh Loyalitas karyawan, Loyalitas Kerja, Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Bank Indonesia Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management Volume 4, Nomor 4, Tahun 2015, Halaman 1-12*.
- Purba, Berto Kristanto. 2017. Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus PT. Capella Dinamik Nusantara Cab. Kandis). *JOM FISIP Volume 4 No. 1 Februari 2017*
- Putra, I Wayan Sentana., Sriathi, Anak Agung Ayu. 2019. Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 2, 2019: 7746 – 7774*
- Ramadhani, Zahrah Putri. 2017. Analisis Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Loyalitas Karyawan Melalui Loyalitas karyawan Karyawan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017*.
- Rowley, Chris., Jackson, Keith. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia The Key Concepts*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Sari, Novita., Karnadi, K. 2019. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Pt. Semen Baturaja (Persero) Site Baturaja. *Jurnal Adminika Volume 5. No. 1, Januari - Juli 2019*
- Sedarmayanti, 2013, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Refika Aditama.
- S.P, Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Siagian, Sondang P. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara,
- Sofyan, Diana Khairani. 2013. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Kerja Pegawai BAPPEDA. *Malikussaleh Industrial Engineering Journal Vol.2 No.1 (2013) 18-23*
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfa Beta.
- Suwondo, D. I., & Sutanto, E. M.. 2015. Hubungan Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 17(2), 135-144*.
- Wibowo. 2014. *Manajemen Kinerja. Edisi Keempat*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widi, Rina Angesti. 2018. Studi Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Berdampak Pada Kinerja Karyawan. *Upajiwa Dewantara Vol. 2 No.1 Juni 2018*
- Wirawan. 2010. *Konflik dan Manajemen Konflik. Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika.

## **PENGARUH *SERVISCESCAPE*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI AKASA KINTAMANI COFFEE**

Ni Putu Liya Trisna Yanti<sup>1</sup>  
I Gusti Agung Ngr Gd Eka Teja Kusuma<sup>2</sup>  
I Made Surya Prayoga<sup>3</sup>

Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email: [liyatrismayanti@gmail.com](mailto:liyatrismayanti@gmail.com)

### Abstrak

Niat Berkunjung Kembali dimunculkan sebagai reaksi seseorang terhadap suatu tempat, yaitu perilaku *approach* (Pendekatan) yang merupakan perilaku positif yang di dorong karena adanya rasa puas terhadap suatu tempat tertentu yaitu kunjungan kembali, keinginan untuk tinggal, menjelajah dan afiliasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *serviscescape*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali di AKASA Kintamani Coffee. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di AKASA Kintamani Coffee, Kintamani, Bangli, Bali. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 235 responden yang di tentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS *Statistic 26*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Serviscescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada AKASA Kintamani Coffee. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada AKASA Kintamani Coffee. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali pada AKASA Kintamani Coffee.

**Kata kunci:** Niat Berkunjung Kembali, *Serviscescape*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan.

### Abstract

*The intention to revisit is raised as a person's reaction to a place, namely approach behavior which is a positive behavior that is driven because of a sense of satisfaction with a certain place, namely return visits, desire to stay, explore and affiliation. This study aims to examine and obtain empirical evidence of the effect of servicescape, price perception, and service quality on the intention to return to AKASA Kintamani Coffee. The population of this research is consumers who have made a purchase at AKASA Kintamani Coffee, Kintamani, Bangli, Bali. The sample in this study was 235 respondents who were determined based on the purposive sampling method. The analytical tool used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS Statistic 26 program. The results showed that Servicescape had a positive and significant effect on the Intention to Visit AKASA Kintamani Coffee. Price Perception has a positive and significant effect on Intention to Return to AKASA Kintamani Coffee. Service Quality has a positive and significant effect on Intention to Come Back at AKASA Kintamani Coffee*

**.Keywords:** *Intention to Visit Again, Servicescape, Price Perception, Service Quality.*

## PENDAHULUAN

Cafe merupakan istilah yang berasal dari bahasa Perancis, yaitu *Cafe*. Secara umum *Cafe* memiliki arti minuman kopi. Kemudian kegiatan minum kopi ini menjadi suatu kebiasaan dan lokasi yang dijadikan tempat untuk minum tersebut dinamakan *Cafe* yang kini tidak hanya sebagai tempat minum kopi saja melainkan juga beragam minuman lain. Dari sudut pandang budaya, *Coffehouse* atau *Cafe* berfungsi sebagai pusat interaksi sosial, serta memberikan wadah kepada pengunjungnya untuk dapat melakukan kegiatan menulis, berdiskusi, menghabiskan waktu, bercengkrama, membaca, baik secara perorangan maupun kelompok kecil yang berjumlah dua atau tiga orang. Pada abad ke 17, *Coffehouse* atau *Cafe* merupakan tempat untuk berkumpulnya para politisi untuk mengkritik system pemerintahan yang sedang berjalan secara bebas tanpa rasa takut. *Cafe* merupakan salah satu usaha yang banyak peminatnya dan targetnya terutama kalangan remaja dan mahasiswa. Tapi tidak menutup kemungkinan membuka target untuk orang tua.

*Cafe* dapat ditemui dengan mudah terutama di kota-kota besar, tetapi seiring perkembangannya *cafe* tidak hanya berada di kota-kota besar saja melainkan di daerah pedesaan juga sudah ada. Seperti di kota Banggli banyak *cafe* yang sudah berkembang di daerah sana karena kota banggli terkenal dengan kota yang beriklim sejuk dan memiliki keindahan alam seperti Gunung batur dan Danau batur yang berada di daerah kintamani. Oleh karena itu banyak pembisnis yang tertarik membuat bisnis *cafe* di kota banggli terutamanya di daerah kintamani karena disana menyediakan keindahan alam yang masih asri yang belum terkena polusi udara. Salah satu *cafe* yang terkenal di daerah kintamani yaitu AKASA Kintamani *Coffee*.

Akasa Kintamani *Coffee & Bakery* yaitu merupakan *Coffee Shop* yang menyediakan hanya kopi kintamani dengan biji kopi pilihan terbaik yang ada dikintamani dan juga desain tempatnya sangat *instagramable* menjadikan tempat ini tempat nongkrong di Bali yang paling Hits dan populer di Kintamani. AKASA Kintamani *Coffee* merupakan salah tempat nongkrong *cafe* kekinian yang berada di kawasan pegunungan yakni tepatnya masih masuk kawasan kaki Gunung Batur. Di sana

akan dimanjakan dengan keindahan Gunung Batur serta Danau Batur yang menawan dan tentunya memiliki udara yang sejuk khas pegunungan. *Cafe* Akasa Kintamani Bali terdiri dari tiga lantai, yakni basement, lantai satu, dan lantai dua. Ruangan nya sangat luas dengan konsep indoor dan outdoor. Ruangan indoornya sangat nyaman karena dirancang dengan *cafe* moderen. Sedangkan untuk outdoor-nya juga tidak kalah keren. Walaupun terbagi menjadi 2 konsep yang berbeda yaitu indoor dan outdoor. Namun semuanya sama-sama hadirkan panorama cantik Gunung dan Danau Batur.

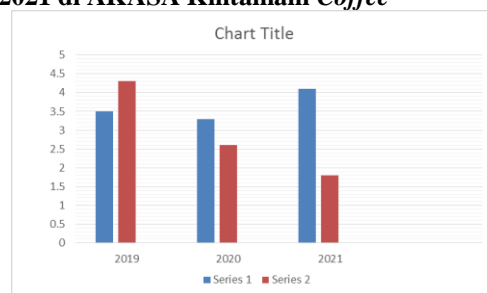
AKASA Kintamani *Coffee shop opening* nya pada tanggal 27 Maret 2017. Maka *cafe* AKASA Kintamani *Coffee* ini sudah berdiri selama empat tahun. Berikut adalah persentase penjualan dari AKASA Kintamani *Coffee* periode 2019 – 2021.

**Tabel 1 Data Penjualan Tahun 2019-2021 di AKASA Kintamani *Coffee***

Tahun	Semester	Data Penjualan
2019	I	Rp 67.000.000
	II	Rp 75.000.000
2020	I	Rp 45.000.000
	II	Rp 25.000.000
2021	I	Rp 69.000.000
	II	Rp 20.000.000

Sumber: AKASA Kintamani *Coffee* September 2021

**Gambar 1 Grafik Data Penjualan Tahun 2019-2021 di AKASA Kintamani *Coffee***



Sumber: AKASA Kintamani *Coffee* September 2021

Berdasarkan dari hasil data menunjukkan terjadinya *fluktuasi* penjualan dalam 2 tahun terakhir. Karena adanya banyak *coffee shop* yang baru bermunculan di daerah kintamani sehingga adanya persaingan dengan

pemandangan alam yang di berikan sama oleh *coffee shop* yang baru bermunculan yakni pemandangan gunung batur. AKASA Kintamani *Caffe* terjadi *fuktuasi* penjualan. Penjualan tertinggi yaitu pada tahun 2019 dan mengalami penurunan pada semester I dan II tahun 2020 dan semester II tahun 2021. Dari hasil data tersebut perlu adanya evaluasi kembali terhadap *serviscescape*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap konsumen untuk memiliki niat berkunjung kembali. Dari hasil wawancara karyawan menunjukkan belum pernah ada complain terhadap pelayanan yang di berikan tetapi terdapat jumlah *fluktuasi* penjualan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa lingkungan alam kintamani dari konteks layanan tergolong dari *serviscescape*. Sehingga sebagian besar pengunjung datang kesini karena di latar belakang oleh pemandangan alam kintamani dengan suhu udara yang sejuk. *Serviscescape* yang di miliki oleh cafe ini kurang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen seperti tempat parkir yang kurang luas, *spot* foto yang kurang menarik sehingga tidak memiliki keinginan untuk datang kembali. Hasil wawancara dari beberapa konsumen menunjukkan bahwa adanya keluhan terhadap harga yang mahal dari konsumen sehingga tidak dapat membuat konsumen untuk memiliki niat berkunjung kembali.

Berkaitan dengan permasalahan tersebut maka perlu diteliti faktor - faktor yang mempengaruhi penelitian ini. Dijustificasi dari penelitian terdahulu oleh Rahardjo. (2020) menyatakan bahwa *serviscescape* dengan indikator *ambience conditions, spatial layout and functionality, dan sign, symbol, artefact* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *revisit intention*. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Quenda. (2019) menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap minat kunjung kembali. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riyanti *et al.* (2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali dan menyatakan bahwa kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian yang dilakukan oleh Putra *et al.* (2016) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Serviscescape*, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali di AKASA Kintamani *Coffee*”**.

### 1.1 Rumusan Permasalahan

1. Apakah *serviscescape* dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali konsumen di AKASA Kintamani *Coffee*?
2. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali konsumen di AKASA Kintamani *Coffee*?
3. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali konsumen di AKASA Kintamani *Coffee*?

## TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

Dalam penelitian ini menggunakan grand theory dengan Model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang biasa digunakan untuk mempelajari perilaku manusia. Penelitian dalam psikolog sosial menunjukkan bahwa niat perilaku seseorang terhadap perilaku tertentu merupakan faktor penentu apakah iya atau tidaknya individu dalam melakukan perilaku tersebut (Ajzen dan Fishbein, 1975). TRA menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik dipandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu. Teori ini menegaskan peran dari “niat” seseorang dalam menentukan apakah sebuah perilaku akan terjadi. TRA memiliki dua konstruk utama dari intention: (1) sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dan (2) *Subjective norm* berasosiasi dengan perilaku tersebut.

Stylos *et al* (2016) mendefinisikan niat berkunjung kembali sebagai keinginan untuk berkunjung ke destinasi yang sama untuk kedua kalinya dalam jangka waktu tertentu.

Booms dan Bitner (1981:36) mendefinisikan, *“serviscescape” as “the environment in which the service is assembled and in which seller and consumer interact, combined with tangible commodities that facilitate performance or communication of the*

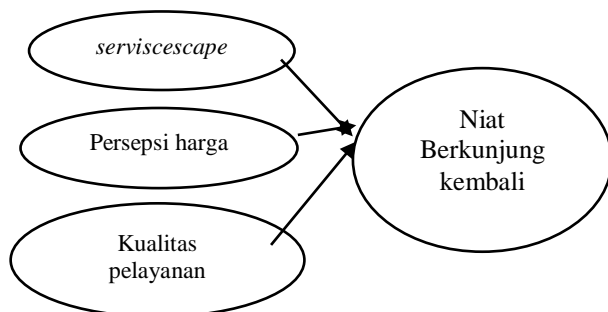
*service*". "*Serviscescape*" sebagai "lingkungan tempat layanan setting dan tempat penjual dan pembeli berinteraksi, dikombinasikan dengan komoditas berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi layanan". Definisi tersebut mengisyaratkan bahwa, lingkungan dapat dirancang untuk menghasilkan interaksi antara pelanggan dan penjual atau petugas layanan yang dapat diharapkan.

Chang dan Wildt (1994) mendefinisikan persepsi harga sebagai representasi persepsi konsumen atau persepsi subjektif terhadap harga obyektif produk. Keadaan persaingan yang semakin kompetitif sekarang ini, perbedaan harga dirasakan menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian dimana umumnya konsumen akan memilih harga yang paling murah untuk suatu produk atau layanan yang ditawarkan.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono, 2012) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

## KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

### Kerangka Konseptual



## Hipotesis

### Pengaruh *Serviscescape* Terhadap Niat Berkunjung Kembali

*Serviscescape* digunakan untuk bidang jasa pelayanan sehingga pengukuran kualitas suatu pelayanan atau jasa bisa dilihat melalui persepsi konsumen akan *serviscescape*. Karena ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jasa atau pelayanan, tidak ada bentuk konkrit akan produk yang dibelinya. Hal yang nyata dan bisa dilihat serta diraba adalah lingkungan fisik (*serviscescape*) tempat penyedia jasa dan layanan berada hal yang paling berpengaruh dalam lingkungan fisik ini adalah faktor suasana dengan kata lain pengunjung lebih berminat untuk melakukan kunjungan ulang pada tempat yang menjaga kebersihan lingkungan, tingkat kesejukan suhu udara yang sesuai, pencahayaan yang tercukupi dengan baik, ketenangan suasana yang terjaga dengan baik. Pengaruh *serviscescape* terhadap niat berkunjung kembali di perkuat dengan penelitian sebelumnya yang telah di buktikan dalam berbagai banyak penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan positif dan signifikan yang di dukung dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Putra (2017). Rahardjo (2020). Roz (2021). Nikiki & Sari (2020). Septiana (2017). Berdasarkan atas kajian sebelumnya pengaruh hubungan antara *serviscescape* dengan niat berkunjung kembali maka dapatlah di akumulasikan hipotesis sebagai berikut.

**H1: *Serviscescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.**

### Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Niat Berkunjung Kembali

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok di pasar. Oleh karena itu banyak perusahaan akan bersaing dalam menentukan harga yang pas untuk produk yang dijualnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan memiliki harga yang terjangkau tetapi memiliki kualitas yang baik bisa memicu konsumen agar datang kembali lagi untuk berkunjung. Pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali di perkuat dengan penelitian sebelumnya yang telah di buktikan

dalam berbagai banyak penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan positif dan signifikan yang di dukung dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Saputro *et al.* (2020). Adinata & Yasa. (2018). Aliffudy *et al.* (2019). Riyanti *et al.* (2020). Sari. (2020). Berdasarkan atas kajian sebelumnya pengaruh hubungan antara persepsi harga dengan niat berkunjung kembali maka dapatlah di akumulasikan hipotesis sebagai berikut.

**H2: Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali**

Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang. Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali di perkuat dengan penelitian sebelumnya yang telah di buktikan dalam berbagai banyak penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan positif dan signifikan yang di dukung dengan peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Saputro *et al.* (2020). Riyanti *et al.* (2020). Rahmi. (2021). Suryani. (2017). Putra *et al.* (2016). Berdasarkan atas kajian sebelumnya pengaruh hubungan antara kualitas pelayanan dan niat berkunjung kembali maka dapatlah di akumulasikan hipotesis sebagai berikut.

**H3: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.**

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada salah satu cafe yang berada di Bangli desa kintamani,

AKASA Kintamani *Coffee* yang terletak terletak di Jl. Raya Penelokan No.777 Batur Tengah, Kec. Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Objek penelitian ini yaitu dibidang pemasaran khususnya mengenai *Serviscescape*, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Berkunjung Kembali.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **5.1 Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan teknik analisis regresi linier berganda, yaitu teknik analisis yang bertujuan untuk mengetahui antara dua variabel atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Wirawan (2002:293). Menurut (Ghozali, 2016) regresi linear berganda untuk menguji antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas. Dengan rumus persamaan sebagai berikut:

#### **Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Populasi dalam penelitian ini yaitu pengaruh *serviscescape*, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali di AKASA Kintamani *Coffee*, kintamani, bangli, bali. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Oleh sebab jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka dalam menetapkan besarnya jumlah sampel penelitian ini didasarkan pada perhitungan rumus menurut Hair *et al.* (2010) yaitu jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Hair *et al.* (2010) juga mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden. Sehingga jumlah indikator x 5 = responden peneliti. 47 x 5 = 235 responden. Kriteria konsumen yang berusia >17 tahun, konsumen yang sudah pernah berkunjung ke AKASA Kintamani *Coffee* minimal 1 kali.

Dari hasil perhitungan koefisien regresi pada tabel 2 di atas dapat dibuat persamaan model sebagai berikut :

$$NBK = 0.623 + 0.249X_1 + 0.176X_2 + 0.453X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut



$\alpha = 0.623$  artinya jika *serviscescape*, persepsi harga dan kualitas pelayanan dianggap tidak ada atau 0 maka nilai niat berkunjung kembali sebesar 0.623.

$\beta_1 = 0.249$  artinya jika persepsi harga dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau nilainya tetap maka meningkatnya *serviscescape* sebesar satu-satuan akan diikuti oleh meningkatnya niat berkunjung kembali yaitu sebesar 0.249.

$\beta_2 = 0.176$  artinya jika *serviscescape* dan kualitas pelayanan dianggap konstan atau nilainya tetap maka meningkatnya persepsi harga sebesar satu-satuan akan diikuti oleh meningkatnya niat berkunjung kembali yaitu sebesar 0.176.

$\beta_3 = 0.453$  artinya jika *serviscescape* dan persepsi harga dianggap konstan atau nilainya tetap maka meningkatnya kualitas pelayanan sebesar satu-satuan akan diikuti oleh niat berkunjung kembali yaitu sebesar 0.453.

#### Uji t (t-test)

Pengujian pengaruh *serviscescape* terhadap niat berkunjung kembali. Berdasarkan Tabel 2:

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(constant)	0.623	0.162		3.837	0.000
	<i>Serviscescape</i>	0.249	0.094	0.262	2.653	0.009
	Persepsi Harga	0.17	0.057	0.175	3.098	0.002
	Kualitas Pelayanan	0.45	0.094	0.442	4.838	0.000
a. Dependent Variable: Niat Berkunjung Kembali						
F = 168.283						
F Sig = 0.000						
R = 0.828						
Adjusted R Square = 0.682						

nilai beta sebesar 0.249 dengan signifikansi  $0.009 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya *serviscescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Pengujian pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali. Berdasarkan Tabel 2 nilai beta sebesar 0.176 dengan signifikansi  $0.002 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Pengujian pengaruh kualitas pelayanan terhadap

niat berkunjung kembali. Berdasarkan Tabel 2 nilai beta sebesar 0.453 dengan signifikansi  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

#### Pembahasan

##### Pengaruh *serviscescape* terhadap niat berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan *serviscescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada AKASA Kintamani *Coffee*. Berarti hipotesis 1 diterima. *Serviscescape* digunakan untuk bidang jasa pelayanan sehingga pengukuran kualitas suatu pelayanan atau jasa bisa dilihat melalui persepsi konsumen akan *serviscescape*. Karena ketika konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk jasa atau pelayanan, tidak ada bentuk konkrit akan produk yang dibelinya. Hal yang nyata dan bisa dilihat serta diraba adalah lingkungan fisik (*serviscescape*) tempat penyedia jasa dan layanan berada hal yang paling berpengaruh dalam lingkungan fisik ini adalah faktor suasana dengan kata lain pengunjung lebih berminat untuk melakukan kunjungan ulang pada tempat yang menjaga kebersihan lingkungan, tingkat kesejukan suhu udara yang sesuai, pencahayaan yang tercukupi dengan baik, ketenangan suasana yang terjaga dengan baik.

##### Pengaruh persepsi harga terhadap niat berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada AKASA Kintamani *Coffee*. Berarti hipotesis 2 diterima. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok di pasar. Oleh karena itu banyak perusahaan akan bersaing dalam menentukan harga yang pas untuk produk yang dijualnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan memiliki harga yang terjangkau tetapi memiliki kualitas yang baik bisa memicu konsumen agar datang kembali lagi untuk berkunjung.

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali.**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada AKASA Kintamani *Coffee*. Berarti hipotesis 3 diterima. Kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang. Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulai dari pimpinan puncak atau direktur sampai dengan para pelaksana pelayanan atau karyawan.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) *Serviscescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada AKASA Kintamani *Coffee*.
- 2) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada AKASA Kintamani *Coffee*.
- 3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali pada AKASA Kintamani *Coffee*.

#### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan persepsi konsumen terhadap *serviscescape* diketahui indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah Menurut saya AKASA Kintamani *Coffee* memiliki bangunan dan parkir yang luas,

saran yang diberikan adalah manajemen AKASA Kintamani *Coffee* agar memperhatikan area parkir yang dimiliki sehingga membuat konsumen lebih nyaman.

2. Berdasarkan persepsi konsumen terhadap persepsi harga diketahui indikator yang memiliki nilai terendah adalah Menurut saya AKASA Kintamani *Coffee* memiliki harga yang terjangkau, saran yang diberikan kepada manajemen AKASA Kintamani *Coffee* agar menyesuaikan harga yang dimiliki.
3. Berdasarkan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan diketahui indikator yang memiliki nilai terendah adalah Menurut saya karyawan cepat dalam menanggapi permintaan, saran yang diberikan kepada karyawan AKASA Kintamani *Coffee* agar lebih cepat menanggapi permintaan dari konsumen.
4. Kepada peneliti lain diharapkan lebih memperluas kajian tentang faktor yang berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali, karena masih banyak variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali yang belum terungkap dalam penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adinata, J. K., & Yasa, N. N. K. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Sikap Terhadap Niat Beli Kembali di Situs Lazada
- Ajzen. L & Fishbein. M. 1975. Keyakinan, Sikap, Niat dan Perilaku: Sebuah Pengantar Teori dan Penelitian. Filipina: Penerbitan *Addison-Wesley*.
- Aliffudy, V., Rachma, N., & Hufron, M. 2019. Pengaruh Persepsi Nilai, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi kasus pada Jawa Timur Park 3 Kota Wisata Batu). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(12).
- Arguello, M. I., Tirado, D. M., & Guillén, M. E. 2019. *Service quality in a post-crisis*

- context: emotional effects and behaviours. International Journal of Bank Marketing.*
- Bitner, Mary J. 1992. *Serviscescape: the impact of physical surroundings on customer and employess. Journal of marketing*
- Booms, Bernard H. and Mary J. Bitner, 1981. *Marketing Strategies and Organization. Structures for Services Firms,* in *Marketing of Services*, JHDonnelly and W.R.George, eds. Chicago, American Marketing, 47-51.
- Chang, T. & Wildt, A. R. 1994. *Price, Product Information, and Purchase Intention: An Empirical Study. Journal of the Academy of Marketing Science Volume 22, No.1,(16-27).*
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et.al. 2010. *Multivariate Data Analysis (7th ed).* United States : Pearson.
- Hakim, A. R. 2019. *Pengaruh Serviscescape, Social Media Marketing Dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Pada Objek Wisata Alam Tangkahan di Kabupaten Langkat. Program Studi STRATA-1 Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatra Utara Medan.*
- Han, H., & Kim, Y. 2010. *An investigation of green hotel customers' decision formation: Developing an extended model of the theory of planned behavior. International Journal of Hospitality Management, 29(4), 659-668.*
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jerome Mc Carth, P. Cannon, Joseph., William D. Perreault, E. (2011).16<sup>th</sup> edition. Basic Marketing. New York: Mc Graw-Hill.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2.* Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2013. "Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi" Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N.K. 2004. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan.* Edisi Bahasa Indonesia, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Mareta, Agung. 2017. *Analisis Peran Serviscescape Dalam Mendorong Niat Revisit Pengunjung Jawa Timur Park 2.* Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.
- Milliman, R. E. 1982. *Using background music to affect the behavior of supermarket shoppers. Journal of marketing, 46(3), 86-91.*
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nikiki, S. D., & Sari, D. K. 2020. *Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Serviscescape Terhadap Revisit Intention yang Dimediasi Oleh Destination Image (Study Pada Objek Wisata di Kota Payakumbuh).* Jurnal Saintekom, 10(1), 53-64.
- Nisfiannoor, Muhammad. 2009. *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial.* Jakarta: Salemba Humanika
- Parasuraman, Zethaml dan Berry; 1988 dalam Kusuma, Dr. I Gst Ag Eka Teja, SE., MM. 2019. *Pilar-Pilar Konstruksi Model Kepuasan dan Loyalitas pelanggan, Beserta Skala Pengukurannya,* Noah, Bali.
- Polancik, Gregor. 2009, *Empirical Research Method Poster.* Jakarta.
- Putra, I. G.N., Sudiarta, I. N., &Mananda, I. G.S. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Macanegara Ke Daya Tarik Wisata Alas Pala Sangeh.* Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata), 4(2), 1-6.
- Putra, Y. D. P. 2017. *Pengaruh Serviscescape, Customer Predisposition, And Destination Attractiveness On People Intention To Revisit Jatim Park 2 Kota*

- Batu. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 5(2).
- Quenda, I. V. 2019. Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Harga Terhadap Minat Kunjung Kembali Melalui Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Dunia Fantasi Ancol).
- Rahardjo, W. N. 2020. Pengaruh Dimensi *Serviscescape* Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Pada Pengunjung Jatim Park 3 Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8.2.
- Rahmi, A. 2020. Pengaruh *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus: Hotel di Kota Palopo)*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Riyanti, N. K. I., Teja, I. G. A. N. E., & Rihanaya. I. G. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Villa Rendezvous Bali. *Widya Amerta*. 7(1), 84-99.
- Roz, K. 2021. Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh *Serviscescape* terhadap. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1).
- Saputro, W. E., Indriastuty, N., & Sukimin, S. 2020. Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*: (Studi pada Pantai Manggar Segara Sari Balikpapan). *Jurnal GeoEkonomi*, 11(1), 56-73.
- Sari, N. I. 2020. Pengaruh Citra merek dan Persepsi Harga Terhadap Niat beli Ulang dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Angkringan Yogja Malioboro di Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Senduk, K. R. 2013. Perancangan Galeri Lukis & Cafe Dengan Pengaplikasian Konsep Kontemporer Melalui Pengolahan Ruang Dan Massa Bangunan di Kota Yogyakarta. Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Septiana, F. 2017. Pengaruh *Tourist Attraction, Serviscescape, Dan Destination Image* Dalam Meningkatkan *Revisit Intention* Wisatawan Dengan *Visitor Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Wisatawan Goa Jatijajar Kebumen.
- Soeliction, Yuman. 2016. Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Paket Pos Indonesia. Studi Pelanggan Pos OIndonesia di Universitas Negeri Yogyakarta.
- Stanton, William J. 2004. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Stylos, Nikolaos., et al. 2016. *Elsevier Tourism Management. Destination Images, Holistic Images and Personal Normative Beliefs: Predictors of Intention to Revisit a Destination*. p.41-42
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryani, D. D. 2017. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Pulau Pahang Lampung. Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Suyana, Made, Utama. 2007. Aplikasi Analisis Kuantitatif. Buku Ajar. Denpasar: Sastra Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2009. Strategi Pemasaran Jasa. CV. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wahono, R. S. 2017. Kilat Menyusun Kerangka Pemikiran Penelitian. Research Methodology.
- Wirawan, Nata. 2002, Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia) Untuk ekonomi dan Bisnis, Edisi Kedua, Penerbit Keraras Emas, Denpasar.

Ni Putu Liya Trisna Yanti<sup>1</sup>, I Gusti Agung Ngr Gd Eka Teja Kusuma<sup>2</sup>, I Made Surya Prayoga<sup>3</sup>/  
Pengaruh *Serviscescape*, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Di  
Akasa Kintamani *Coffee*

---

Zikmund, W.G., dan Barry J. Babin. 2013.  
Menjelajahi Riset Pemasaran. Jakarta.

Penerbit : Salemba Empat.



## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK SUSU UHT *ULTRA MILK* DI KECAMATAN MENGWI**

Ni Nyoman Ayu Sari Pradnyawati<sup>1</sup>, I Gst Agung Ngr Gede Eka Teja Kusuma<sup>2</sup>, I Wyn Gede Antok Setiawan Jodi<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [ayupradnyawati.ap@gmail.com](mailto:ayupradnyawati.ap@gmail.com)

### Abstrak

Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk, oleh karena itu perusahaan diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar dapat menarik minat konsumen. Tujuan dari penelitian adalah Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan *digital marketing* terhadap minat beli. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Produk dan *Digital marketing* terhadap Minat Beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang yang dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan meningkatkan minat beli konsumen. *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi. Hal ini menunjukkan semakin baik perusahaan memanfaatkan *digital marketing* maka akan meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci: *kualitas produk, digital marketing, dan minat beli*

### Abstract

*Consumer buying interest is basically a driving factor in making purchasing decisions for a product, therefore, companies are expected to be able to maintain and improve product quality in order to attract consumer interest. The purpose of the study was to examine the effect of product quality and digital marketing on buying interest. The object of this research is the influence of product quality and digital marketing on buying interest in UHT Ultra Milk milk products in Mengwi District. In this study, the number of samples used was 100 people who were collected through questionnaires. Data analysis used multiple linear regression. The result of the research is that product quality has a positive and significant effect on buying interest in UHT Ultra Milk milk products in Mengwi District. This shows that the better the quality of the product produced, it will increase consumer buying interest. Digital marketing has a positive and significant effect on buying interest in UHT Ultra Milk products in Mengwi District. This shows that the better the company uses digital marketing, the more consumers buy interest.*

*Keywords: product quality, digital marketing, and buying interest*

## PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia yang jumlahnya hampir mencapai 270 juta jiwa (BPSN, 2020) menjadi lahan bisnis yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan untuk memproduksi berbagai produk. Hal ini dapat menimbulkan persaingan antar perusahaan. Pada dasarnya semakin bertambahnya pesaing-pesaing dalam bidang tertentu maka semakin banyak pula pertimbangan yang harus dipilih konsumen karena beragamnya kelebihan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, persaingan menuntut perusahaan untuk memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumennya. Perusahaan wajib memahami keberagaman dan perilaku konsumen agar mampu memasarkan produknya dengan baik (Endriani, 2018). Perusahaan harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan konsumsi, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi dengan baik. Selain itu perusahaan juga harus selalu mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan perusahaan lainnya.

Suatu perusahaan dapat menjadi pemenang dalam persaingan bisnis apabila perusahaan mampu menarik perhatian dan minat konsumen serta memperoleh keuntungan yang besar sesuai tujuan dari perusahaan tersebut. Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Arimbi (2020) menyatakan bahwa minat beli adalah kecenderungan seseorang untuk mendapatkan suatu produk/jasa sesuai kebutuhan yang menimbulkan keinginan untuk membeli. Minat beli terbentuk dari keyakinan konsumen terhadap kualitas suatu produk (Rosdiana, 2019). Oleh karena itu, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar dapat menarik minat konsumen. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk.

Kebutuhan akan hidup sehat sedang ramai dibicarakan di kalangan masyarakat. Disamping makanan sehat seperti sayur dan buah-buahan, susu adalah pelengkap untuk menyempurnakan pola hidup sehat. Saat ini banyak beredar susu UHT kemasan siap minum yang praktis untuk dibawa dan diminum di mana saja. Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang industry olahan susu mengakibatkan persaingan sehingga banyak merek susu yang mulai berkembang di masyarakat (Hafifah, 2021).

Salah satu susu UHT yang beredar di masyarakat adalah *Ultra Milk*. *Ultra Milk* merupakan susu segar alami berkualitas tinggi dengan berbagai kebaikan seluruh kandungan nutrisi didalamnya. Nutrisi yang terkandung di dalamnya seperti protein, karbohidrat, vitamin, serta berbagai macam mineral seperti kalsium, magnesium dan fosfor (Ultrajaya, 2021).

Perkembangan usaha susu UHT kemasan siap minum di Indonesia semakin ketat. Hal ini disebabkan banyak pengusaha baru yang memulai bisnisnya di dunia susu UHT kemasan siap minum (Afifah, 2021). Dengan adanya persaingan yang begitu ketat antar perusahaan, maka perusahaan harus terus berkembang agar dapat bertahan dalam arus persaingan bisnis. Perusahaan perlu mengembangkan produknya agar dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Salah satu perusahaan susu yang terkenal di kalangan masyarakat adalah PT. Ultrajaya.

PT. Ultrajaya merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan produk susu cair segar, minuman ringan, dan beberapa minuman kesehatan yang diproduksi dengan sistem UHT dan di kemas secara antiseptik yang tahan lama. Ultrajaya juga merupakan salah satu perusahaan susu yang bertahan dan bahan menguat sampai saat ini. Salah satu produknya yang terkenal yaitu *Ultra Milk* untuk produk susu.

*Ultra Milk* hadir dengan menawarkan susu segar yang diproduksi dan disterilkan dalam proses *Ultra High Temperature* (UHT), dimana bahan baku dipanaskan dalam suhu tinggi mencapai 140°C dengan waktu yang singkat Kombinasi yang baik antara proses UHT dan proses pengemasan yang antiseptik ini, menjamin *Ultra Milk* bertahan lama tanpa adanya kerusakan dari luar sebelum dikonsumsi (Ultrajaya, 2021). Dalam memasarkan produknya, *Ultra Milk* berusaha tetap menjaga kualitasnya sehingga dapat diterima dengan baik oleh konsumen dan mendapatkan pelanggan yang cukup banyak dari berbagai usia, dimulai dari anak-anak, orang dewasa hingga orang tua.

*Ultra Milk* sebagai susu bernutrisi seimbang yang baik diminum sehari-hari bagi seluruh keluarga Indonesia. Tidak hanya mempertahankan kualitasnya, perusahaan juga berupaya menonjolkan karakteristik dan manfaat yang dapat diberikan oleh produk *Ultra Milk*, sehingga dapat mempengaruhi persepsi konsumen untuk memilih *Ultra Milk* untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam hal minuman susu cair kemasan.

Selain kualitas, perusahaan juga berusaha untuk memasarkan produknya dengan berbagai strategi promosi sehingga masyarakat mengenal produk yang dipasarkan. Dalam mengkomunikasikan suatu merek, di perlukan media untuk mencapai target yang telah ditentukan. Perkembangan informasi teknologi saat ini sangat cepat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai faktor, diantaranya jumlah pengguna internet yang meningkat, banyaknya pengguna smartphone dan juga banyaknya toko-toko online yang bermunculan (Werry, 2020). Sejak perkembangan teknologi, berbagai cara baru untuk memasarkan suatu barang atau jasa sangatlah beraneka ragam. Salah satunya, dengan melakukan strategi marketing secara digital dengan menggunakan sosial media. penggunaan alat pemasaran digital seperti situs web, aplikasi, sosial



media, video online dan *platform digital* lainnya untuk menjangkau konsumen dimana saja dan kapan saja. *Ultra Milk* juga dipasarkan dengan menggunakan strategi pemasaran secara digital sebagai upaya agar produk *Ultra Milk* lebih dikenal masyarakat luas. Maka secara singkat dapat dikatakan bahwa *digital marketing* memberikan pengaruh yang besar untuk pemasaran produk masa kini. Konsumen dapat melihat dan mengetahui keunggulan produk melalui media *online*. Konsumen juga dapat mengetahui penilaian masyarakat terhadap produk yang dipasarkan.

Handika dan Darma (2018) berpendapat bahwa sosial media adalah suatu grup aplikasi berbasis internet yang menggunakan ideologi Web 2.0, dimana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut. Kotler dan Armstrong (2018:34) menjelaskan bahwa *digital marketing* melibatkan

**Tabel 1**  
**Hasil Survey Top Brand Indeks 2020**

No	Merek	Top Brand Indeks		
		2018	2019	2020
		(%)	(%)	(%)
1.	<i>Ultra Milk</i>	40,6%	42,7%	31,8%
2.	Indomilk	18,5%	12,5%	14,5%
3.	Frisian Flag	15,1%	17,2%	21,9%
4.	Bearbrand	8,8%	12,3%	14,3%
5.	Milo	7,6%	4,8%	5,3%

Sumber: Diadaptasi dari *Top Brand award (2020)*. Diperoleh dari <http://www.topbrand-award.com/>

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa *Ultra Milk* menempati peringkat pertama dalam *Top Brand Index* (TBI) selama tiga tahun berturut-turut (2018-2020) mengalahkan merek lain seperti Indomilk, Frisian Flag, Bearbrand dan Milo. Akan tetapi pada tahun 2019-2020 presentase *Top Brand Index Ultra Milk* mengalami penurunan sebesar 10,9 %. Selain itu, terdapat macam-macam *complain* yang di terima dari konsumen.

**Tabel 1.2 Complain dari konsumen yang pernah mengkonsumsi produk *Ultra Milk***

No	<i>Complain</i>
1	Konsumen pernah mendapat produk yang basi
2	Kemasan susu yang diterima

	konsumen rusak (penyok, berlubang)
3	Produk susu <i>Ultra Milk</i> kurang sesuai dengan selera konsumen (terlalu manis)

Sumber: Observasi di Kec. Mengwi (2020)

Dari macam-macam *complain* konsumen yang pernah mengkonsumsi *Ultra Milk*, menjadi pekerjaan bagi PT. Ultra Jaya untuk tetap terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan produk dan melakukan strategi promosi yang baik agar terus dapat menarik minat beli konsumen.

Terdapat dua masalah besar yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk *Ultra Milk* yaitu strategi *digital marketing* yang mulai menurun ditunjukkan dengan menurunnya presentase *Top Brand Index* pada tahun 2020 dan kategori permasalahan yang lain adalah mengenai menurunnya kualitas produk yang di tunjukkan dengan tabel *complain* pada (tabel 2). Dapat disebutkan dua kategori penting yang dapat mempengaruhi minat beli produk susu *Ultra Milk* adalah kualitas produk dan *digital marketing*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan menyelidiki pengaruh kualitas produk terhadap minat beli menunjukkan hasil yang tidak seragam. Satu sisi menunjukkan hasil yang signifikan (Satria, 2017). Penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan (Halim dan Iskandar, 2019). Begitu pula penelitian sebelumnya yang dilakukan untuk menyelidiki pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli menunjukkan hasil yang tidak seragam. Satu sisi menunjukkan hasil yang signifikan (Werry, 2020). Penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan (Saputro dan Laura, 2020).

Berdasarkan fenomena bisnis yang dialami *Ultra Milk* dan kesenjangan penelitian sebelumnya maka perlu dilakukan kajian empiris mengenai pengaruh kualitas produk dan *digital marketing* terhadap minat beli produk susu UHT *Ultra Milk* Di Kecamatan Mengwi.

## KAJIAN PUSTAKA

### *Theory Of Reasoned Action*

*Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dicetuskan pertama kali oleh Ajzen pada tahun 1980 menggambarkan penggabungan seluruh komponen-komponen sikap ke dalam struktur dengan maksud untuk menghasilkan penjelasan yang lebih baik mengenai perilaku.

*Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa perilaku sangat tergantung pada minat (*intention*), sedangkan niat untuk berperilaku sangat tergantung pada sikap (*attitude*) dan norma subjektif atas perilaku.

### Kualitas Produk

Menurut Werry (2019), kualitas produk merupakan keistimewaan dan keunggulan yang dimiliki produk sesuai dengan harapan konsumen, mulai dari daya tahan, fungsi produk, dan lain sebagainya). Pelanggan akan senang dan menganggap suatu produk dapat diterima saat produk memenuhi harapan mereka.

Menurut Fatimah (2020), kualitas produk adalah hal penting yang harus diusahakan oleh setiap pemasar jika ingin bisa bersaing di pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

### Digital Marketing

Istilah *digital marketing* ini berarti pemasaran yang mengandalkan media digital sebagai senjata utama. Dengan menggunakan media *digital* dalam memasarkan produknya, pengusaha dapat memasarkan produk secara tepat waktu serta lebih relevan (Arimbi, 2020).

Dengan adanya *digital marketing*, perusahaan menjadi lebih dekat dengan konsumen karena dapat mengetahui langsung penilaian konsumen mengenai suatu produk. *Digital marketing* dapat membantu *marketing* untuk meningkatkan performansi *marketing* dan keuntungan.

### Minat Beli

Menurut Pramono (2012:136) minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya yang didasari oleh bermacam pertimbangan. Minat beli akan timbul dengan sendirinya jika konsumen merasa tertarik atau memberi respon positif terhadap suatu produk yang ditawarkan.

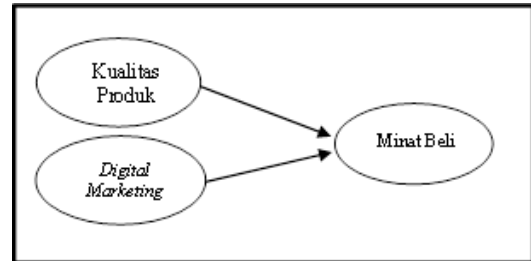
Minat digambarkan sebagai situasi dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk, hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Kemudian melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli barang atau jasa yang didasari oleh berbagai macam pertimbangan.

## KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

### Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.1**  
**Model Penelitian**



Sumber: Hasil pemikiran peneliti (2021)

### Hipotesis

- H1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli  
H2: *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mengwi yang terletak di Kabupaten Badung. Latar belakang pemilihan lokasi pada penelitian ini dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Mengwi merupakan salah satu daerah padat penduduk.

### Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Produk dan *Digital marketing* terhadap Minat Beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi.

### Definisi Operasional

#### Kualias Produk (X<sub>1</sub>)

Persepsi konsumen mengenai kualitas produk *Ultra Milk* yang dirasakannya. Untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat melalui 8 indikator yang diadaptasi dari Tjiptono (2016:134), yaitu :

- Kinerja produk (*Perfomence*) (X<sub>1.1</sub>)
- Fitur produk (*Features*) (X<sub>1.2</sub>)
- Kehandalan produk (*Reability*) (X<sub>1.3</sub>)
- Kesesuaian (*Conformance*) (X<sub>1.4</sub>)
- Daya tahan (*Durability*) (X<sub>1.5</sub>)
- Kemampuan memperbaiki (*Serviceability*) (X<sub>1.6</sub>).
- Keindahan tampilan produk (*Aesthetics*) (X<sub>1.7</sub>)
- Kualitas yang dirasakan (*Preceived Quality*) (X<sub>1.8</sub>)

#### *Digital marketing* (X<sub>2</sub>)

Persepsi konsumen mengenai kegiatan pemasaran yang dilakukan *Ultra Milk* dengan memanfaatkan berbagai media sosial. *Digital marketing* dapat diukur melalui 8 indikator yang diadaptasi dari Ryan dalam Werry (2020) yaitu :

- Website* (X<sub>2.1</sub>)
- Optimasi Mesin Pencari (X<sub>2.2</sub>)

- c. Periklanan berbasis klik pencarian berbayar (X<sub>2.3</sub>).
- d. Pemasaran afiliasi dan kemitraan strategis (X<sub>2.4</sub>)
- e. Jejaring sosial (X<sub>2.5</sub>)
- f. *E-mail* pemasaran (X<sub>2.6</sub>)
- g. Hubungan masyarakat online (X<sub>2.7</sub>)
- h. Manajemen hubungan konsumen (X<sub>2.8</sub>)

#### Minat beli (Y)

Persepsi konsumen mengenai keinginan untuk membeli produk *Ultra Milk*. Minat beli dapat diidentifikasi melalui 4 indikator yang diadaptasi dari Ferdinand (2012:22), yaitu:

- a. Minat transaksional (Y<sub>1.1</sub>)
- b. Minat referensial (Y<sub>1.2</sub>)
- c. Minat preferensial (Y<sub>1.3</sub>)
- d. Minat eksploratif (Y<sub>1.4</sub>)

#### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk *Ultra Milk* di wilayah Kecamatan Mengwi dengan populasi yang tidak diketahui pasti. Menurut Hair *et al* (2010) jumlah sampel minimal 5 kali dari jumlah indikator. Dalam penelitian ini jumlah indikator yang digunakan adalah 20 indikator, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

#### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini yaitu, uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda.

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 1.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### A. Uji Normalitas

**Tabel 3**  
Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.25557539
	Most Extreme	0.083
Extreme	Positive	0.078

Differences	Negative	-0.083
Test Statistic		0.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.088 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3 di atas, hasil yang didapatkan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* bahwa nilai koefisien *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,088, di mana nilai tersebut memiliki nilai signifikansi  $0,088 > 0,05$ , dengan demikian dapat dikatakan variabel tersebut berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

##### B. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4**  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	0.319	3.133
<i>Digital marketing</i>	0.319	3.133

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat semua variabel bebas mempunyai koefisien *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan *VIF* lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan semua variabel bebas dalam penelitian ini adalah bebas dari gejala multikolinearitas.

##### C. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
(Constant)	0.344	0.138		2.487	0.015

Kualitas Produk	-0.094	0.064	-0.262	-1.477	0.143
<i>Digital marketing</i>	0.055	0.057	0.170	0.958	0.340
a. Dependent Variable: ABRES					

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel di atas lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

## 1.2 Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
			t.	Beta	
	(Constant)	.431	.221		.946
	Kualitas Produk	.483	.102	0.436	.735
	<i>Digital marketing</i>	.461	.092	0.463	.024
a. Dependent Variable: Minat Beli					
R = 0.859					
Adjusted R Square = 0.732					
F = 136.172					
F Sig = 0.000					

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 5.8 dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 0.431 + 0.483X_1 + 0.461X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstan ( $\alpha$ ) = 0.431 berarti jika kualitas produk, dan *digital marketing* bernilai 0 (konstan), maka minat beli akan bernilai sebesar 0.431.
2.  $\beta_1 = 0.483$  artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan minat beli dengan asumsi *digital marketing* tetap.
3.  $\beta_2 = 0.461$  artinya *digital marketing* berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini berarti semakin baik *digital marketing* maka akan meningkatkan minat beli dengan asumsi kualitas

produk tetap.

### Uji Hipotesis

#### Analisis t-test

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05 atau 5%.

- a) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli menunjukkan nilai *unstandardized coefficients* beta sebesar 0.483 dengan signifikansi  $0.000 < 0.05$ , artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
- b) Pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli. Pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli menunjukkan nilai *unstandardized coefficients* beta sebesar 0.461 dengan signifikansi  $0.000 < 0.05$ , artinya *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

### Uji F

4. Hasil uji F menunjukkan nilai  $F_{statistic} = 136.172$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Ini berarti bahwa kualitas produk dan *digital marketing* secara simultan berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini berarti model penelitian layak digunakan.

## Pembahasan Penelitian

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi. Berarti hipotesis 1 diterima. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat beli. Pelanggan akan senang dan menganggap suatu produk dapat diterima atau bahan memiliki kualitas tinggi saat produk memenuhi harapan mereka. Sehingga kualitas produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Satria (2017), Wibawa (2016), Arianto dan Difa (2020), Suryaningrum (2016) dan Irawan (2020) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

### Pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi. Berarti hipotesis 2 diterima. *Digital marketing* merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam memasarkan produk. Untuk menjangkau calon pembeli dengan mengenalkan merek dagang, atau jasa melalui media digital dapat diartikan sebagai pemasaran digital. Dengan menggunakan media digital dalam memasarkan produknya pemasar dapat memasarkan produknya

secara cepat lebih relevan dan menghemat biaya. Sehingga *digital marketing* memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Werry (2020), Ompusunggu (2018), Arimbi (2020), Clarisa, dkk (2020) dan Habieby (2019) yang menyatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan pokok permasalahan dan tujuan penelitian ini, maka hasil penelitian analisis data dan pembahasan, dapat diperoleh simpulan:

- 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka akan meningkatkan minat beli konsumen.
- 2) *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi. Hal ini menunjukkan semakin baik perusahaan memanfaatkan *digital marketing* maka akan meningkatkan minat beli konsumen

### Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang perlu dipertimbangkan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan tersebut adalah:

- 1) Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas produk, *digital marketing* dan minat beli.
- 2) Penelitian ini terbatas pada konsumen produk susu UHT *Ultra Milk* di Kecamatan Mengwi, agar lebih luas cakupan analisisnya maka penelitian yang akan datang perlu dikembangkan dengan obyek yang lebih luas.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk diketahui indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah Kualitas produk *Ultra Milk* sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan nilai rata-rata 3.67. Dari penilaian responden tersebut saran yang diberikan kepada perusahaan *Ultra Milk* agar selalu menjaga dan meningkatkan kualitas susu sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.
- 2) Berdasarkan persepsi konsumen terhadap *digital marketing* diketahui indikator yang memiliki

nilai terendah yaitu *Customer service Ultra Milk* dapat dihubungi secara *online* via *e-mail* atau telepon dengan nilai rata-rata 3.74. Dari penilaian responden tersebut saran yang diberikan adalah kepada *Customer service Ultra Milk* agar lebih cepat merespon tanggapan atau keluhan dari konsumen.

- 3) Kepada peneliti selanjutnya diharapkan lebih memperluas kajian tentang variabel yang berpengaruh terhadap minat beli, karena masih banyak variabel lain yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen yang belum terungkap dalam penelitian ini seperti harga dan citra perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Clarisa, C., Eka, D., & Nailis, W. 2020. Pengaruh *Digital marketing* terhadap Minat Beli Konsumen pada *Marketplace Shopee* (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Palembang) (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Endriani, D. 2018. Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express di Bandar Lampung). *Skripsi*. Program Studi: Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Esa Negara, A. A., Arifin, Z., & Nuralam, I. P., 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli Di Gerai Starbucks Di Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(2), 194-201.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Ferdinand. 2011. *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi 3, AGF Books, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fredyan Alan Werry. 2020. Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang Membeli Sepatu Merek Lokal pada Aplikasi Jual Beli Online dan Sosial Media). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma
- Hafifah, E. N. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Brand Loyalty Pada Susu UHT Ultramilk (Study Pada Konsumen UHT Ultramilk Di Kabupaten

- Jombang). *Skripsi*. STIE PGRI Dewantara Jombang
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(3), 415-424.
- Handika, M. R., & Darma, G. S. 2018. Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 192-203.
- Irawan, M. R. N. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140-156.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Armstrong, 2012. *Marketing Management 14th Edition* New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawati, D. (2019). Studi Korelasi Pengaruh Strategi *Digital marketing* terhadap Minat Beli Konsumen Raihan Bakery And Cake Shop Medan.
- Nandiwardhana, D., & Hadi, M. 2018. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) & Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum Merek *Ultra Milk* Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Di Politeknik Negeri Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 512-518.
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. 2019. Pengaruh Artificial Intelligence dan *Digital marketing* terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(3).
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2020). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 7(2), 142-153.
- Rosandi, S. 2014. Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Susu Ultra (Studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2).
- Rosdiana, R., & Haris, I. A. 2018. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 169-175.
- Salimun, S., & Sugiyanto, S. 2020. Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1).
- Saputro, W. A. & Netty Laura S. 2020. Pengaruh *Digital marketing* Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8(2).
- Satria, A. A. 2017. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Simbolon, S. 2017. Aplikasi Theory Of Reasoned Action untuk Memprediksi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (Studi Kasus: Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi It&b Medan). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 14-27.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Top Brand Award*. 2020. *Top Brand Award Index Susu UHT 2020*. <https://www.topbrand-award.com/en/2020/01/susu-cair-dalam-kemasan-siap-minum-fase-1-2020/>, diakses pada 4 mei 2021 pada pukul 19.13
- UltraJaya. 2021. Produk *Ultra Milk Full Cream*. <https://www.ultrajaya.co.id/products/ultra-milk-full-Cream/eng>, diakses pada 2 mei 2021 pada pukul 21.30

## **PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KANTOR DESA KAMASAN KABUPATEN KLUNGKUNG**

**Ida Bagus Reenda Triopara<sup>1</sup>, Gde Bayu Surya Parwita<sup>2</sup>, I Nyoman Resa Adhika<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [gusreenda0711@gmail.com](mailto:gusreenda0711@gmail.com) [gdebayusurya@unmas.ac.id](mailto:gdebayusurya@unmas.ac.id) [resa.adhika@unmas.ac.id](mailto:resa.adhika@unmas.ac.id)

### Abstrak

Kinerja karyawan adalah perilaku nyata yang ditampilkan setiap karyawan sebagai prestasi kerja yang dihasilkan sesuai dengan perannya dalam perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung, serta untuk mengetahui secara simultan pengaruh disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Penelitian ini dilakukan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung yang berlokasi di Jalan Nirartha Kamasan. Br Griya Kamasan Klungkung. Obyek penelitian ini adalah disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pegawai Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung yang berjumlah 42, dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 100% dari populasi yaitu sebanyak 42 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dalam penelitian menunjukkan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Disiplin kerja dan budaya organisasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

**Kata kunci: disiplin kerja, budaya organisasi, dan kinerja karyawan.**

### Abstract

*Employee performance is a real behavior that is displayed by each employee as a work performance that is produced in accordance with his role in the company. The purpose of this study was to determine the effect of work discipline and organizational culture on employee performance at the Kamasan Village Office, Klungkung Regency, and to simultaneously determine the effect of work discipline and organizational culture on employee performance at the Kamasan Village Office, Klungkung Regency. This research was conducted at the Kamasan Village Office, Klungkung Regency, which is located on Jalan Nirartha Kamasan. Bro Griya Kamasan Klungkung. The object of this research is work discipline, organizational culture and employee performance at the Kamasan Village Office, Klungkung Regency. The population in this study were all employees of the Kamasan Village Office, Klungkung Regency, amounting to 42, with the number of samples used was 100% of the population, namely 42 people. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. The results in the study show that work discipline has a positive and significant effect on employee performance at the Kamasan Village Office, Klungkung Regency. Organizational culture has a positive and significant effect on employee performance at the Kamasan Village Office, Klungkung Regency. Work discipline and organizational culture simultaneously have a positive and significant effect on employee performance at the Kamasan Village Office, Klungkung Regency.*

**Keywords: work discipline, organizational culture, and employee performance.**

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan modal yang menentukan keunggulan kompetitif dan keberhasilan untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan (Jatilakono, 2016). Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan kemauan, kemampuan dan sikap pegawai baik dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, sehingga hasil karyawan yang dilakukan bisa sesuai dengan tujuan perusahaan. Hal ini dapat dikatakan bahwa perusahaan mempunyai tujuan agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, oleh sebab itu, perusahaan mengharapkan para karyawan dapat berprestasi dan mampu menciptakan situasi dan kondisi yang kondusif, sehingga karyawan tidak akan mengalami kejenuhan, kebosanan, dan malas bekerja yang mengakibatkan penurunan kinerja. Dalam mengelola sumber daya manusia berbagai permasalahan akan sering muncul, seperti kinerja karyawan yang kurang maksimal.

Kinerja karyawan adalah perilaku nyata yang ditampilkan setiap karyawan sebagai prestasi kerja yang dihasilkan sesuai dengan perannya dalam perusahaan (Prawaty, 2016). Pada setiap orang yang bekerja atau dalam suatu kelompok kerja, kinerja selalu diharapkan bisa senantiasa baik kualitas maupun kuantitasnya. Sumaki (2016) menyatakan kinerja karyawan dianggap dapat mempengaruhi, karena mengukur seberapa banyak mereka memberi hasil kerja yang positif kepada organisasi. Kinerja karyawan yang positif dapat dicapai, jika perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan. Sedangkan menurut Jatilaksono (2016) kinerja seseorang merupakan kombinasi dari kemampuan, usaha dan kesempatan yang dapat dinilai dari hasil kerjanya. Kinerja karyawan yang positif dapat tercapai, jika perusahaan dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Untuk mencapai keberhasilan dari peningkatan kinerja karyawan ini di perlukan beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya. Dengan adanya peningkatan kinerja karyawan tentunya akan mendapat manfaat yang besar bagi perusahaan. Semakin meningkat. Menurut Mangkunegara (2016:83) kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya didasarkan atas kuantitas kerja, kualitas kerja, kerjasama, tanggung jawab serta inisiatif. Dengan kemampuan kinerja karyawan patut diukur apakah baik atau buruk. Dengan kemampuan kerja yang memadai diharapkan memberikan implikasi terhadap peningkatan kinerja karyawan sehingga

dapat mendukung pelaksanaan tugas secara efektif, efisien dan profesional. Karyawan yang memiliki potensi yang tinggi dan kualitas kerja yang baik. Kantor Desa Kamasan Klungkung, adalah lembaga pemerintahan terkecil di tingkat desa, dengan demikian pemerintahan tersebut memerlukan sumber daya manusia yang mempunyai kualitas, kerja yang produktif, inovatif, dan disiplin kerja.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, salah satunya adalah disiplin kerja (Jatilaksono, 2016). Disiplin kerja merupakan suatu kekuatan yang berkembang di dalam tubuh pekerja sendiri yang menyebabkan dia dapat menyesuaikan diri dengan sukarela kepada keputusan-keputusan, peraturan-peraturan, dan nilai-nilai tinggi dari pekerjaan dan tingkah laku (Simamora, 2016). Karyawan yang disiplin menurut Hasibuan (2016) adalah karyawan yang dapat mengatur waktu secara efektif, bertanggung jawab dalam pekerjaan dan tugas, serta memperhatikan absensi adalah karyawan yang berdisiplin baik serta mempengaruhi kinerja karyawan. Untuk mencapai tujuan perusahaan yang di hadapkan dengan kompleksnya masalah yang dihadapi, disiplin kerja yang tinggi sangat diperlukan dalam setiap kegiatan. Disiplin kerja dapat dilihat apabila karyawan dalam melaksanakan pekerjaan dapat mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku dalam perusahaan, tepat waktu, tidak sering absen serta mengutamakan fasilitas perusahaan sesuai dengan kebutuhan. Adapun keberhasilan perusahaan, tentunya juga didukung oleh banyaknya peraturan dan ketentuan yang mengatur dan membatasi setiap kegiatan dan perilaku di dalam perusahaan. Hal ini juga bisa tercapai jika semua karyawan menjunjung tinggi kedisiplinan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukminim, *et al* (2020) yang menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan teori kinerja yang menyatakan bahwa organisasi yang dapat berkembang adalah keinginan setiap individu yang ada di dalam instansi tersebut, sehingga diharapkan dengan pembangunan yang demikian instansi dapat terwujud lebih efektif. Penelitian dengan variabel disiplin kerja juga dilakukan oleh Hidayat (2017), menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Faktor disiplin memegang peranan yang sangat penting peran dalam pelaksanaan pekerjaan karyawan, dimana karyawan yang disiplin akan datang secara teratur dan tepat waktu, taat untuk instruksi kepemimpinan dan bekerja dengan mengikuti cara-cara yang telah berhasil ditentukan sehingga akan berdampak pada meningkatkan kinerja



karyawan itu sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh Puspita *et al* (2020) juga menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Salah satu contoh disiplin kerja pada karyawan, yaitu karyawan selalu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan oleh pemimpin mereka. Menurut penelitian Surtingsih dan Ryani (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Disiplin kerja merupakan sikap seorang karyawan dalam mematuhi semua peraturan yang berlaku di suatu perusahaan secara sukarela dan dengan kesadaran penuh yang bertujuan untuk kelangsungan hidup suatu organisasi atau perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ardiyanto dan Tajuddin (2019) juga menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Ini artinya variabel disiplin kerja memang mempunyai pengaruh dalam upaya meningkatkan pegawai kinerja.

Fenomena yang terjadi pada Kantor Desa Kamasan Kabupaten Klungkung pada tingkat keterlambatan dan izin masih terbilang rendah dikarenakan banyaknya karyawan yang menitip absen pada group *Whatsapp*. Durasi kerja 8 jam di kantor yang dimulai dari jam 07.00 – 14.00 WITA agar karyawan lebih inovatif dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab mereka masing-masing. Namun pada kenyataannya dilapangan masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pimpinan Kantor Desa, seperti karyawan yang pulang sebelum jam kerja berakhir karena masih belum terbiasa dengan sistem baru, karena sistem lama tidak ada jam kerja di kantor. Banyaknya karyawan pulang lebih awal dinilai oleh pengawas bahwa karyawan kurang agresif dalam bekerja, karyawan juga disana kurang menjaga stabilitas kerja mereka. Hal ini dilakukan oleh hasil observasi peneliti dibagian pelayanan jasa. Banyak karyawan yang istirahat lebih awal sehingga mengakibatkan banyak masyarakat yang menunggu pelayanan jasa.

Faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan selain disiplin kerja adalah budaya organisasi (Wardani, dkk 2016). Budaya Organisasi berkaitan dengan bagaimana pegawai mempersiapkan karakteristik dari budaya suatu organisasi, bukannya dengan apa mereka menyukai budaya itu atau tidak. Artinya, budaya itu merupakan suatu istilah deskriptif. Budaya organisasi merupakan suatu persepsi bersama yang dianut oleh semua anggota organisasi. Menurut Muis (2018) menyatakan bahwa budaya organisasi merupakan norma-norma dan nilai-nilai yang mengarahkan perilaku anggota organisasi. Setiap anggota akan berperilaku sesuai dengan budaya yang berlaku agar diterima oleh lingkungannya. Budaya organisasi tentunya juga

memiliki peranan yang penting terhadap kualitas kerja. Jika suatu organisasi tidak konsisten menerapkan suatu budaya yang kuat kepada para karyawan maka budaya itu lambat laun akan hilang dan akhirnya perusahaan itu menjadi lemah. Lemahnya perusahaan akan mempengaruhi pada penurunan kualitas manajemen kinerja perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dimulyo, *et al* (2019) menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Ini membuktikan bahwa budaya organisasi dengan menyelenggarakan program pelatihan dan pengembangan sesuai dengan bidang pekerjaan di setiap jabatan di kantor, tentunya akan sangat menguntungkan bagi karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Penelitian lainnya yang menggunakan variabel budaya organisasi dilakukan oleh Paramita, *et al* (2020) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Budaya organisasi berkaitan dengan bagaimana karyawan memahami budaya karakteristik organisasi mereka, bukan suka atau tidak, dengan kata lain, budaya adalah istilah deskriptif. Budaya organisasi adalah persepsi yang dimiliki oleh semua orang anggota organisasi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Achmad (2016) yang menyatakan budaya organisasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Budaya organisasi merupakan kebutuhan yang harus dimiliki oleh pemimpin karena kepemimpinan tanpa menggunakan prinsip budaya akan menghasilkan sesuatu yang kurang menguntungkan kondisi kerja. Hasil penelitian dari Nahar, *et al* (2020) menunjukkan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Budaya organisasi sebagai nilai dominan yang disebarluaskan dalam organisasi menjadi filosofi kerja karyawan yang menjadi pedoman kebijakan organisasi dalam mengelola karyawan dan pelanggan. Peneliti yang meneliti budaya organisasi dilakukan oleh Hardiyono, *et al* (2017) juga menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut dapat dilihat dari pedoman pada setiap pekerjaan guna mengoptimalkan kinerja karyawan.

Budaya organisasi yang telah ditentukan oleh Kantor Desa sebagian besar kurang ditaati. Namun, masih ada yang ditaati seperti berpakaian kerja maupun berpakaian bebas pada saat hari yang di tentukan. Namun banyak yang kurang ditaati seperti waktu pulang sering karyawan pulang mendahului dengan berbagai alasan, sedangkan pakaian olahraga pada hari jumat dan upacara sering tidak dilaksanakan sesuai dengan jadwal. Kantor Desa Kamasan Kabupaten Klungkung adalah Lembaga pemerintahan terkecil ditingkat desa, dengan demikian pemerintahan tersebut memerlukan sumber daya

manusia yang mempunyai kualitas, kerja yang produktif, Inovaif, dan disiplin kerja. Untuk menciptakan budaya organisasi, disiplin kerja dalam rangka menciptakan kinerja yang baik. Kantor Desa Kamasan Kabupaten Klungkung membuat slogan-slogan yang berisi tentang motivasi diantaranya tentang budaya malu dan sepuluh prilaku utama karyawan. Dalam slogan budaya malu disampaikan beberapa pringatan seperti malu terlambat masuk kantor, malu tidak apel, malu sering tidak masuk kantor, malu bekerja tanpa program, malu pulang sebelum waktunya, malu sering meninggalkan pekerjaan tanpa alasan penting, malu bekerja tanpa penanggung jawaban, malu bekerja terbelengkalai, dan malu berpakaian seragam tidak rapi dan tanpa atribut. Sedangkan slogan mengenai sepuluh prilaku utama karyawan berisikan; saling menghargai, dan kerjasama, jujur, tulus, dan terbuka, disiplin, dan konsisten, berpikir berkata, dan bertindak terpuji, kompeten dan bertanggung jawab, memberikan solusi dan hasil terbaik, inovatif, proaktif, dan cepat tanggap, mengutamakan pelayanan dan kepuasan masyarakat, orientasi pada nilai tambah dan terbaik terus-2. menerus dan peduli lingkungan.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji mengenai "Pengaruh Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung".

### Rumusan Masalah

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan informasi tentang :

1. Untuk mengetahui pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.
2. Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.
3. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

### Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan informasi tentang :

1. Untuk mengetahui pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.
2. Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.
3. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap

kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Goal-Setting Theory

*Goal-Setting Theory* merupakan salah satu bentuk teori motivasi. *Goal-Setting Theory* menekankan pada pentingnya hubungan antara tujuan yang ditetapkan dan kinerja yang dihasilkan. Konsep dasarnya yaitu seseorang yang mampu memahami tujuan yang diharapkan oleh organisasi, maka pemahaman tersebut akan mempengaruhi prilaku kerjanya. *Goal-Setting Theory* mengisyaratkan bahwa seorang individu berkomitmen pada tujuan (Robbins, 2016). Jika seorang individu memiliki komitmen untuk mencapai tujuannya, maka komitmen tersebut akan mempengaruhi tindakannya dan mempengaruhi konsekuensi kerjanya. Capaian atas sasaran (tujuan) yang ditetapkan dapat dipandang sebagai tujuan/tingkat kinerja yang ingin dicapai oleh individu.

### Kinerja Karyawan

Secara etimologi, kinerja berasal dari kata prestasi kerja (*performance*), sebagaimana dikemukakan oleh Mangkunegara (2016) bahwa istilah kinerja dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dapat dicapai oleh seorang) yaitu hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan padanya. Menurut Simanjuntak dalam Jatilaksono (2016) kinerja adalah tingkatan pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu, Simanjuntak juga mengartikan kinerja individu sebagai tingkatan pencapaian atau hasil kerja seseorang dari sasaran yang harus dicapai atau tugas yang harus dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu. Menurut Sedarmayanti (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja antara lain :

Sikap dan mental (motivasi kerja, disiplin kerja dan etika kerja).

- a. Pendidikan
- b. Keterampilan
- c. Manajemen Kepemimpinan
- d. Tingkat Penghasilan
- e. Gaji dan Kesehatan
- f. Jaminan Sosial
- g. Iklim Kerja
- h. Sarana dan Prasarana
- i. Teknologi
- j. Kesempatan Berprestasi

### Disiplin Kerja

Menurut Slamet (2016), disiplin adalah suatu proses yang dapat menumbuhkan perasaan seseorang untuk mempertahankan dan meningkatkan tujuan organisasi

secara obyektif, melalui kepatuhannya menjalankan peraturan organisasi. Menurut Sumaki (2016) kedisiplinan adalah kesadaran dan kesediaan seorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku. Menurut Hasibuan dalam Sinambela (2016:335) disiplin kerja adalah kemampuan kerja seseorang untuk secara teratur, tekun secara terus-menerus dan bekerja sesuai dengan aturan-aturan berlaku dengan tidak melanggar aturan-aturan yang sudah ditetapkan. Menurut Luthans dalam Jatilaksana (2016), disiplin kerja dapat timbul dari diri sendiri dan dari perintah, antara lain :

*Self Discipline*

Disiplin ini timbul karena seseorang merasa terpenuhi kebutuhannya dan telah menjadi bagian dari organisasi, sehingga orang akan tergugah hatinya untuk sadar dan secara sukarela mematuhi segala peraturan yang berlaku.

*Command Discipline*

Dalam setiap organisasi, yang diinginkan pastilah jenis disiplin yang pertama, yaitu datang karena kesadaran dan keinsyafan, akan tetapi kenyataan selalu menunjukkan bahwa disiplin itu lebih banyak disebabkan oleh adanya semacam paksaan dari luar.

**Budaya Organisasi**

Menurut Fahmi (2016:114) Budaya organisasi adalah salah satu kebiasaan yang telah berlangsung lama dan dipakai serta diterapkan dalam kehidupan. Aktivitas kerja salah satu pendorong untuk meningkatkan kualitas kerja para pegawai dan manajer perusahaan. Afandi (2016:80) menyatakan bahwa budaya organisasi merupakan pola-pola asumsi dasar yang ditentukan atau dikembangkan oleh sekelompok orang ketika mereka belajar mengatasi masalah adaptasi eksternal dan intergrasi internal, yang telah berhasil dengan baik sehingga dianggap sah untuk berfikir. Melihat, merasakan dan memecahkan masalah. Menurut Griffin (2016:183) menyebutkan budaya organisasi adalah serangkaian nilai, kepercayaan, perilaku, adat dan sikap yang membantu anggota organisasi memahami prinsip-prinsip yang dianutnya, bagaimana organisasi melakukan berbagai hal dan apa yang dianggap penting oleh organisasi. Robbins dan Judge (2016) mengungkapkan ada enam faktor yang mempengaruhi budaya organisasi yaitu :

*Observed Behavioural Regularities*

Yakni kebentukan cara bertindak dari para anggota yang tampak teramati. Ketika anggota organisasi berinteraksi dengan anggota lainnya, mereka mungkin menggunakan bahasa umum, istilah, atau ritual tertentu.

Norma

Yakni berbagai perilaku yang ada, termasuk di dalamnya tentang pedoman sejauh mana sesuatu pekerjaan dilakukan

*Dominant Values*

Yakni adanya nilai-nilai yang dianut bersama oleh seluruh anggota organisasi, misalnya tentang kualitas produk yang tinggi, absensi yang rendah atau efisiensi yang tinggi

*Philosophy*

Yakni adanya kebijakan-kebijakan yang berkebaab dengan keyakinan organisasi dalam memperlakukan pelanggan dan karyawan

*Rules*

Yakni adanya pedoman yang kuat dikaitkan dengan kemajuan organisasi

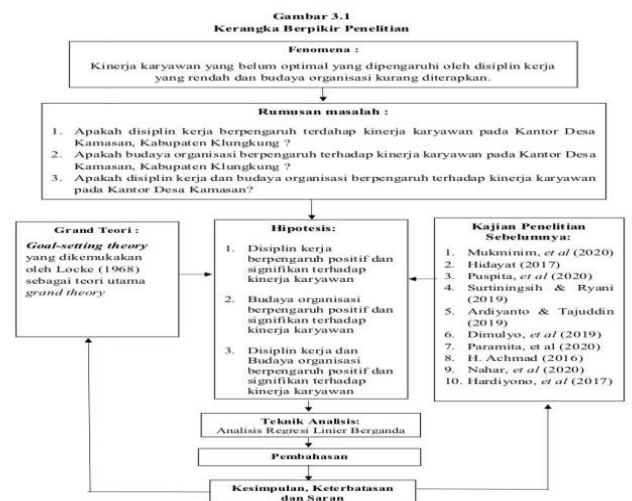
*Organization climate*

Yakni perasaan keseluruhan yang menggambarkan dan disampaikan melalui kondisi tata ruang, cara berinteraksi para anggota organisasi

**Hipotesis**

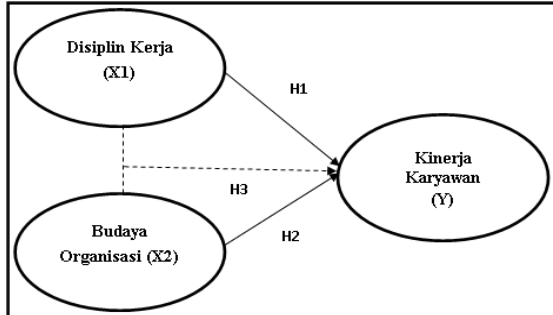
Adapun kerangka berfikir penelitian dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :

**Gambar 1**  
**Kerangka Berfikir Penelitian**



**Gambar 2**  
**Model Penelitian**

**Pengaruh Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Desa Kamasan Kabupaten Klungkung**



Sumber : Hasil Pemikiran Peneliti (2021)

**Hipotesis:**

- H<sub>1</sub> : Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.
- H<sub>2</sub> : Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan
- H<sub>3</sub> : Disiplin kerja dan budaya organisasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan

**METODE PENELITIAN**

**Metode Penentuan Sampel**

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung yang berlokasi di Jalan Nirartha Kamasan. Br Griya Kamasan Klungkung. Obyek penelitian ini adalah disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Populasi ada penelitian ini adalah seluruh pegawai Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung yang berjumlah 42, dan penentuan besarnya sampel yang digunakan adalah 100% dari populasi yaitu sebanyak 42. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode yaitu wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi dan hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat, persamaan regresi berganda dirumuskan (Santosa, 2016).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kinerja Karyawan

a = Bilangan konstan

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub>X<sub>2</sub> = Disiplin kerja, Budaya organisasi

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Instrumen**

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian, bahwa seluruh indikator pernyataan dalam disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan memiliki pearson correlation yang lebih besar dari angka 0,30 sehingga seluruh indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas masing-masing nilai Cronbach alpha pada tiap instrumen tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga seluruh variabel layak digunakan untuk menjadi alat ukur pada instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Berdasarkan uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0.200 > 0.05. Hal ini berarti residual data model regresi berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel disiplin kerja dan budaya organisasi masing-masing bernilai >0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

**Uji Heterokedastisitas**

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel disiplin kerja dan budaya organisasi secara berturut-turut memiliki nilai signifikansi sebesar 0.253 dan 0.112 yang lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Deskriptif**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi dan hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat, persamaan regresi berganda dirumuskan (Santosa, 2016). Berikut hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 3  
 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	0.022	0.344		0.063	0.950
	Disiplin Kerja	0.217	0.099	0.207	2.192	0.034
	Budaya Organisasi	0.838	0.106	0.744	7.900	0.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel diatas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 0.022 + 0.217X_1 + 0.838X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1.  $\alpha = 0.022$  berarti jika disiplin kerja dan budaya organisasi bernilai tetap, maka kinerja karyawan sebesar 0.022.
2.  $\beta_1 = 0.217$  artinya disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti semakin baik disiplin kerja maka akan meningkatkan kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung dengan asumsi budaya organisasi tetap.
3.  $\beta_2 = 0.838$  artinya budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti semakin baik budaya organisasi maka akan meningkatkan kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung dengan asumsi disiplin kerja tetap.

#### Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan hasil yang di dapat diketahui nilai R sebesar 0.888, hal ini berarti disiplin kerja dan budaya organisasi memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kinerja karyawan.

#### Analisis Determinasi Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui variasi atau perubahan kinerja karyawan yang mampu dijelaskan oleh variabel disiplin kerja dan budaya organisasi secara bersama-sama yang dinyatakan dalam bentuk presentase. Hasil menunjukkan hasil dari uji koefisien determinasi. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.777 memiliki arti 77.7 persen varian kinerja karyawan yang mampu dijelaskan oleh disiplin kerja dan budaya organisasi sedangkan sisanya sebesar 22.3 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### Uji t (t-test)

Uji ini digunakan untuk menguji pengaruh antara disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan secara parsial adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan menurut Sugiyono dalam Santosa (2016). Hasil dari uji t , yaitu sebagai berikut.

#### Pengujian pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.

Rumusan Hipotesis

$H_0: \beta_1 = 0$ : disiplin kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

$H_a: \beta_1 \neq 0$ : disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

Menentukan Taraf Nyata ( $\alpha$ ) = 5% (0.05)

Kreteria pengujian daerah kritis

Ho ditolak jika Sig  $\leq$  0,05.

Ho diterima jika Sig  $>$  0,05.

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan SPSS, dapat diketahui nilai  $t_{statistic} = 2.192$  dengan nilai signifikansi 0.034. Oleh karena nilai  $t_{statistic} 2.192$  dengan nilai signifikansi  $0.034 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

#### Pengujian pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan

Rumusan Hipotesis

$H_0: \beta_2 = 0$ : budaya organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

$H_a: \beta_2 \neq 0$ ; budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

Menentukan Taraf Nyata ( $\alpha$ ) = 5% (0.05)

Kreteria pengujian daerah kritis

Ho ditolak jika Sig  $\leq$  0,05.

Ho diterima jika Sig  $>$  0,05.

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan SPSS, dapat diketahui nilai  $t_{statistic} = 7.900$  dengan nilai signifikansi 0.000. Oleh karena nilai  $t_{statistic} 7.900$  dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung.

#### Pembahasan Hasil Penelitian

##### Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung dengan nilai  $t_{statistic} 2.192$  dengan nilai signifikansi  $0.034 < 0.05$ . Berarti hipotesis 1 diterima. Menurut Slamet (2016) terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara disiplin kerja dengan kinerja karyawan. Artinya semakin tinggi disiplin kerja, maka semakin tinggi kinerja karyawan dan sebaliknya semakin rendah disiplin kerja maka semakin rendah kinerja karyawan. Menurut Hidayat (2017), menyatakan bahwa faktor disiplin memegang peranan yang sangat penting peran dalam pelaksanaan pekerjaan karyawan, dimana karyawan yang disiplin akan datang secara teratur dan tepat waktu, taat untuk instruksi kepemimpinan dan bekerja dengan mengikuti cara-cara yang telah berhasil ditentukan sehingga akan

berdampak pada meningkatkan kinerja karyawan itu sendiri. Singodimejo (2017:212), mengatakan disiplin adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi dan menaati norma-norma peraturan yang berlaku disekitarnya. Disiplin karyawan yang baik akan mempercepat tujuan perusahaan, sedangkan disiplin yang merosot akan menjadi penghalang dan memperlambat pencapaian tujuan perusahaan. Disiplin sangat diperlukan individu yang bersangkutan dalam peningkatan kinerjanya. Semakin tertib karyawan terhadap peraturan perusahaan maka akan berdampak baik untuk kinerja karyawan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mukminim, *et al* (2020) yang menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Penelitian dengan variabel disiplin kerja juga dilakukan oleh Hidayat (2017) menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Menurut penelitian Surtingsih dan Ryani (2019) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

#### **Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan.**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung dengan nilai  $t_{statistic}$  7.900 dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Berarti hipotesis 2 diterima. Menurut Schein (2016:12), budaya organisasi adalah pola dasar yang diterima oleh organisasi untuk bertindak dan memecahkan masalah, membentuk karyawan yang mampu beradaptasi dengan lingkungan dan mempersatukan anggota-anggota organisasi. Untuk itu harus diajarkan kepada anggota termasuk anggota yang baru sebagai suatu cara yang benar dalam mengkaji, berpikir dan merasakan masalah yang dihadapi dengan cara itu dapat meningkatkan kinerja karyawan pada perusahaan. Robbins (2016) bahwa pengertian budaya organisasi kuat adalah budaya dimana nilai nilai organisasi dipegang secara intensif dan dianut bersama secara meluas anggota organisasi, hal tersebut dapat dilihat dari pedoman pada setiap pekerjaan guna mengoptimalkan kinerja karyawan. Sutrisno (2016) mendefinisikan budaya organisasi sebagai perangkat sistem nilai-nilai (*values*), keyakinan-keyakinan (*believes*) atau norma-norma yang telah lama berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota suatu organisasi. Jadi, jika perusahaan menerapkan budaya organisasi dalam bekerja maka kinerja karyawan juga akan tercapai dan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Paramita, *et al* (2020) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Achmad (2016)

yang menyatakan budaya organisasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil penelitian dari Nahar, *et al* (2020) menunjukkan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan

#### **Pengaruh disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan.**

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan disiplin kerja dan budaya organisasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung dengan nilai  $F_{statistic} = 72.349$  dan nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Berarti hipotesis 3 diterima. Karyawan yang menunjukkan bekerja etis dan berorientasi kepada semua kepentingan karyawan akan berpengaruh positif pada kerjasama dalam bekerja. Ketaatan pada peraturan kerja dan memberi perhatian pada setiap masalah secara detail akan mempengaruhi kualitas kerja yang baik pada karyawan. Karyawan yang memiliki kehadiran yang baik dan agresif dalam bekerja berpengaruh baik pada efektivitas dan efisiensi karyawan dalam bekerja. Jadi disiplin kerja dan budaya organisasi secara bersama-sama akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi disiplin kerja dan budaya organisasi akan berdampak pada tinggi rendahnya kinerja karyawan. Jadi disiplin kerja dan budaya organisasi secara simultan akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dimulyo, *et al* (2019) menyatakan bahwa disiplin kerja dan budaya organisasi berpengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Ardiyanto dan Tajuddin (2019) juga menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

#### **PENUTUP** **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Hal ini berarti disiplin kerja yang tinggi akan meningkatkan kinerja dalam melakukan pekerjaan.
2. Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung. Hal ini berarti budaya organisasi yang baik akan meningkatkan kinerja karyawan.
3. Disiplin kerja dan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Desa Kamasan,

Kabupaten Klungkung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi disiplin kerja dan budaya organisasi akan berdampak pada meningkatnya kinerja karyawan.

#### **Keterbatasan dan Saran**

##### **Keterbatasan**

Penelitian ini terbatas pada karyawan Kantor Desa Kamasan, Kabupaten Klungkung, agar lebih luas cakupan analisisnya maka penelitian yang akan datang perlu dikembangkan dengan mengambil sampel pada seluruh karyawan Kantor Desa yang ada di Kecamatan Klungkung. Penelitian ini hanya menguji pengaruh disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kinerja karyawan.

##### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Berdasarkan persepsi karyawan terhadap disiplin kerja diketahui pernyataan yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah Saya bekerja sesuai dengan standar kerja yang ditetapkan di Kantor Desa Kamasan dengan nilai rata-rata sebesar 3.78, saran yang diberikan adalah kepada karyawan harus berusaha untuk bekerja sesuai dengan standar kerja yang telah ditetapkan.
- b. Berdasarkan persepsi karyawan terhadap budaya organisasi diketahui pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah Saya selalu bekerja dengan semangat dan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai standar yang ditetapkan perusahaan dengan nilai rata-rata sebesar 3.61, saran yang diberikan adalah kepada karyawan menambah semangat dalam bekerja.
- c. Berdasarkan persepsi karyawan terhadap kinerja karyawan diketahui pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah Saya selalu memanfaatkan waktu dalam kerja secara optimal dengan nilai rata-rata sebesar 3.97, saran yang diberikan adalah kepada karyawan diharapkan dapat mengoptimalkan waktu bekerja dengan baik untuk meningkatkan kinerja karyawan pada perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Afandi, P. (2016). *Concept & Indicator: Human Resources Management For Management Research*. Yogyakarta: Deepublish.

Ardiyanto, T. Y., & Tajudin. (2019). Effect Of Motivation, Work Discipline and Organizational Culture On Employee Performance PT SHARP Electronics

Indonesia (Division Customer Satisfaction). *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, Vol 06(7), 79-86.

Arifin, H. M. (2016). The Influence of Competence, Motivation, and Organisational Culture to High School Teacher Job Satisfaction and Performance. *International Education Studies*, 8(1), 38-45.

Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian.: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta : Renika Cipta.

Dimulyo, U. P., Sularso, R. A., & Handriyono. (2019). The Influence of Organizational Culture and Work Discipline on Motivation and Performance of Banking Employee. *International Journal of Economies & Business*, Vol. 1(1), 29-38.

Edison, E. (2016). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.

Fahmi, M., & Saputri, W. (2016). Pengaruh Motivasi dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Witel Sumut Barat. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 243-250).

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro Griffin, W Ricky. (2016). *Manajemen*. Edisi Ketujuh. Jakarta : Penerbit Erlangga

H. Achmad, S. (2016). The Effect Of Competency, Motivation, And Organizational Culture On The Employee Performance At The Jayakarta Hotel, Bandung, Indonesia. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, Vol. 02(1), 136-146

Hardiyono, Hamid, N., & Mardiana Y, R. (2017). The Effect Of Work Environment and Organizational Culture on Employees Performance Through Job Satisfaction as Intervening Variable at State Electricity Company (PLN) of South Makassar Area. *2nd International Conference on Accounting, Management and Economics*, Vol. 40, 86-96.

Hasibuan, H. M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. Edisi Revisi.

Hidayat, D. A. (2017). The Effect Work Discipline And Corporate Culture On Employee Performance: Study At Bank BJB Branch Ciamis. *Journal of Management Review*, Vol. 1(2), 51-56.

Iskandar. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial* (Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta : Gaung Persada Press

- Jatilaksono, R. (2016). *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan CV. Abank Irek Creative Yogyakarta*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Judge, R.d. (2016). *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Penerbit PT. Indeks
- Kurniawati, E. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi dan Iklim Organisasi terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Dimensi*. 7(2), 240-254.
- Kusuma, H., & Ayumardani, A. (2016). The corporate governance efficiency and Islamic bank performance: an Indonesian evidence. *Polish journal of management studies*, 13(1), 111-120.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1968). *Goal setting theory: The current state*.
- Lunenburg, F. C. (2016). Goal-setting theory of motivation. *International journal of management, business, and administration*, 15(1), 1-6.
- Luthans, F. (2016). *Perilaku Organisasi* (10th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Mangkunegara, A. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Marheni , N. M. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Daya Anugrah Mandiri Gianyar. *Skripsi*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Mathis, Robert L. Jackson , John H. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 10. Jakarta : PT. Selemba Empat
- Muis, M. R., Jufrizen, J., & Fahmi, M. (2018). Pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 1(1), 9-25.
- Mukminim, A. M. (2020). Effect of Education and Training, Work Discipline and Organizational Culture on Employee Performance. *Point of View Research Management*, Vol.1(3), 19-28.
- Mulyadi, N. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Munandar, H. (2016). Analisis Kesesuaian Sumber Daya Manusia Teknologi Informasi : Studi Kasus Direktorat XYZ. *Telematika MKOM*, Vol. 9 (2). 62-66.
- Nahar, B., Indratjahyo, H., & Guswandi. (2020). The Influence Of Organizational Culture and Organizational Commitment to Employee Performance Through Job Satisfaction at PT. Seolindo Primatama Bekasi. *International Journal of Business and Social Science Research*, Vol. 1(1), 07-16.
- Paramita, E., Lumbanraja, P., & Absah, Y. (2020). The Influence of Organizational Culture and Organizational Commitment on Employee Performance and Job Satisfaction as a Moderating Variable at PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. *International Journal Research and Review*, Vol. 7(3), 273-286.
- Prawatya, Dipta Adi, Rahardjo, Susilo Toto. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pabrik Minyak Kayu Putih (PMKP) DI KRAI Purwodadi. *Thesis*. Perpustakaan Fakultas Ekonomi.
- Puspita, D., Salimi, F., Winarsihi, S., Mirna, & Lismaita. (2020). The Effect Of Incentives, Work Discipline and Organizational Culture on Performance of The Republic of Indonesia in Banda Aceh. *Journal of Islamic Civilization and Thought*, Vol. 18(01), 33-48.
- Rivai, Veithzal. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo
- Robbins, Stephen P. Judge, Timoty A. (2016). *Perilaku Organisasi*. Buku 1. Edisi 12, Selemba Empat. Jakarta
- Santosa, B. (2016). Pengembangan Dan Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penilaian Profesionalisme Peserta Didik PPDS Psikiatri (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Schein, Edgar H. (2016). *Organizational Culture and Leadership*. Third Edition. United States of America : A Wiley Imprint.
- Sedamaryanti. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*.
- Singodimedjo, Markum. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya : SMMA.
- Simamora. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN
- Simanjuntak, R. P., Waluyo, H. D., & Widiartanto, W. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IV Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 28-37.
- Sinambela, S., Naibaho, P., Simanjuntak, E., & Wijiangkara, G. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja, Pelatihan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 217-240.
- Slamet, A. R. Luthfia, S. M., Djaelani, A. Q. (2016). Pengaruh Etos Kerja, Disiplin Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Kementerian Agama Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(04).



- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyarini, N. R. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Tenaga Kerja Dan Energi Sumber Daya Mineral Provinsi Bali. *Skripsi*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Sumaki, W. J. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja, Budaya Organisasi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttengo Area Manado . *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Surtiningsih, & Parashakti, R. D. (2019). The Influenes of Organizational Culture and Work Discipline To The Employee Performance (Case Study in PT. Sinarwijaya Ekapratista). *Research on Humanities and Social Sciences*, Vol. 9(20), 54-66.
- Sutrisno, E. (2016). *Budaya Organisasi*. Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group : Jakarta
- Tampubolon, I. G., Sari, S. K., Tarigan, A. D. B., & Manihuruk, D. D. (2016). Pengaruh Kompetensi Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Pegadaian (Persero) Kantor Wilayah 1 Medan (Layanan Jasa). *Jurnal Global Manajemen*, 8(1), 24-34.
- Umar, H. (2016). *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Edisi Keenam. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Universitas Mahasarawati. (2021). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Mekanisme Pengujian*. Denpasar. Denpasar : Unmas
- Untari, D. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT. KIE Indonesia. *Jurnal Cano Ekonomos*, 7(1), 1-15.
- Wardani, S., & Sjarief, E. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Aparatur Sipil Negara Pusat Penerbangan Angkatan Darat. *Jurnal Ilmiah Manajemen–Surya Pasca Scientia*, Vol. 9(2), 1-14.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Wirawan, W. (2016). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.

## **PENGARUH KOMPENSASI, LINGKUNGAN KERJA, DAN PROMOSI JABATAN TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA LPD DESA PAKRAMAN RENON DENPASAR SELATAN**

**Marliana Ina Kii<sup>1</sup>, Anak Agung Dwi Widnyani<sup>2</sup>, Daniel Manek<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mahasaraswati Denpasar <sup>2,3</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, e-mail: [dendomarlin21@gmail.com](mailto:dendomarlin21@gmail.com)

### Abstrak

Kepuasan kerja adalah salah satu elemen yang cukup penting dalam organisasi. Hal ini disebabkan karena kepuasan kerja dapat mempengaruhi perilaku kerja seperti malas, rajin, produktif atau mempunyai hubungan dengan beberapa jenis perilaku yang sangat penting dalam organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Promosi Jabatan Pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar yang berjumlah sebanyak 35 orang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 35 responden dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kompensasi Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan, (2) Lingkungan Kerja Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan dan (3) promosi jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai wahana pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu manajemen SDM serta hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan saran kepada pihak manajemen LPD Desa Pakraman Renon Denpasar dalam pengelolaan sumber daya manusia terutama peningkatan kepuasan karyawan yang berdasarkan Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Promosi Jabatan.

**Kata Kunci:** Kompensasi, Lingkungan Kerja, Promosi dan Kepuasan Kerja

### Abstract

*Job satisfaction is one element that is quite important in the organization. This is because job satisfaction can affect work behavior such as being lazy, diligent, productive or having a relationship with several types of behavior that are very important in organizations. This study aims to examine and obtain empirical evidence regarding the effect of compensation, work environment, and promotion on Lpd Pakraman Village, Renon Denpasar. The population in this study were all employee at LPD Pakraman Village, Renon Denpasar, amounting to 35 people. The number of samples used in this study were 35 respondents using saturated sampling technique. Collecting data using questionnaires, interviews, observation and documentation. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that (1) compensation has a positive and significant effect on employee job satisfaction, (2) the work environment has a positive and significant effect on employee job satisfaction and (3) promotion has a positive and significant effect on employee job satisfaction. The results of this study are expected to be a vehicle for developing knowledge. In the field of HR management science and the results of this study are expected to provide input and advice to the management of LPD Pakraman Village Renon Denpasar in HR management, especially increasing employee satisfaction based on compensation, work environment and promotions*

**Keywords:** Compensation, Work Environment, Promotion and Job Satisfaction

## PENDAHULUAN

*Sumber Daya Manusia mempunyai peranan yang sangat penting terhadap perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan. Sumber Daya Manusia berfungsi sebagai penggerak setiap kegiatan di dalam perusahaan. Tanpa adanya sumber daya manusia yang menggerakkan faktor-faktor produksi, semua sumber daya yang di miliki perusahaan tidak akan dapat produktif. Semakin berkembangnya teknologi yang digunakan jika tanpa dukungan SDM yang baik semua menjadi tidak berarti. Sumber Daya Manusia merupakan faktor yang menentukan lancar tidaknya suatu kegiatan yang di lakukan perusahaan yang harus diperhatikan, dibina dan dikembangkan agar mampu menjalankan fungsinya dengan baik guna tercapainya tujuan perusahaan (Malau, 2017:5).*

Pengembangan Sumber Daya Manusia sangat berpengaruh bagi kesuksesan dan kesinambungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus senantiasa memperlakukan setiap karyawannya dengan sebaik mungkin. Perusahaan harus mampu meningkatkan potensi yang dimiliki karyawannya guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar memiliki rasa tanggung jawab yang besar terhadap perusahaan demi eksistensi perusahaan dimasa yang akan datang.

Perusahaan harus mampu memberikan perhatian khusus kepada karyawan serta memperhatikan aspek-aspek kerja yang berkaitan dengan sumber daya manusia guna menjaga dan mempertahankan sumber daya manusia yang ada, mengingat sumber daya manusia memegang peranan penting dalam suatu perusahaan. Karyawan sebagai penunjang tercapainya tujuan perusahaan, akan tetapi mereka memiliki pikiran, perasaan, dan keinginan yang nantinya akan mempengaruhi sikapnya terhadap pekerjaannya. Sikap inilah yang di kenal sebagai kepuasan kerja, yang timbul karena pekerjaan itu sendiri, lingkungan, sarpras, teknologi dan sebagainya.

Karyawan sebagai tenaga yang bekerja pada perusahaan sangat berperan aktif dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan. Pencapaian tujuan akan berhasil jika tenaga kerja ini produktif dan berprestasi dalam bekerja. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan timbal balik yang sesuai untuk bisa meningkatkan prestasi karyawan dalam bekerja. Prestasi yang tinggi tidak terlepas dari faktor kepuasan kerja. Kepuasan kerja adalah salah satu elemen yang cukup penting dalam organisasi. Hal ini di sebabkan karena kepuasan kerja dapat mempengaruhi perilaku kerja seperti malas, rajin, produktif atau mempunyai hubungan dengan beberapa jenis perilaku yang sangat penting dalam organisasi.

Kepuasan kerja bagi setiap orang adalah relatif, masing- masing mempunyai tingkat kepuasan yang berbeda. Fattah (2017:63) mengatakan bahwa kepuasan kerja merupakan suatu tingkat kesenangan atau sikap dan emotional yang positif yang direspon sebagai hasil penilaian terhadap pekerjaan yang telah dilakukan. Artinya, kepuasan kerja dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Jika karyawan merasa puas, mereka akan semangat bekerja yang pada akhirnya akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Agar tujuan perusahaan tercapai, tentu perusahaan harus memperhatikan hal tersebut. Jangan sampe karyawan merasa tidak puas dengan apa yang diterima sehingga akan berfikir untuk mencari pekerjaan diperusahaan lain yang mampu memberikan kepuasan yang lebih. Busro (2018:102) mendefenisikan bahwa kepuasan kerja karyawan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain pekerjaan itu sendiri, pendapatan, supervisi, kesempatan promosi dan rekan kerja.

Menurut Robbins dan Judge, 2011:114 (dalam Kasmir, 2015) memberikan definisi kepuasan kerja sebagai perasaan positif tentang pekerjaan sebagai hasil evaluasi dari karakteristiknya. Pekerjaan memerlukan interaksi dengan rekan kerja dan atasan, mengikuti aturan dan kebijakan organisasional, Memenuhi standar kinerja, hidup dengan kondisi kurang ideal dan semacamnya, dalam hal ini kepuasan kerja mengacu kepada promosi jabatan yang diberikan oleh perusahaan, memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasinya yang lebih baik demi keuntungan optimal perusahaan, kesempatan untuk berkembang secara intelektual dan memperluas keahlian menjadi dasar perhatian penting untuk maju dalam organisasi sehingga menciptakan kepuasan kerja.

Banyak perusahaan mengalami masalah pada kepuasan karyawannya mulai dari insetif yang kurang, tempat kerja yang kurang nyaman hingga masalah kenaikan jabatan karyawan apabila dibiarkan maka akan terjadi tingkat *turnover* yang sangat tinggi. Berdasarkan observasi awal pada lokasi penelitian, seorang karyawan tetap memperoleh gaji yang terdiri dari gaji pokok, tunjangan rumah, tunjangan pakaian, tunjangan THR, bonus dan tunjangan hari tua.

Jumlah nominal dari pendapatan setiap karyawan, pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan menerapkan upah minimum regional sebagai tolak ukur mendasar dalam menentukan gaji setiap karyawan. Sistem seperti ini merupakan salah satu hal yang berpengaruh terhadap tingkat *turnover* yang lumayan tinggi pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan Tabel 1.1 memaparkan jumlah

karyawan yang keluar dan masuk dari tahun 2016-2020 sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data keluar masuknya karyawan pada LPD**  
**Desa Pakraman Renon Denpasar**  
**Selatan Pada tahun 2016-2020**

Tahun	Jumlah karyawan awal tahun (A)	Jumlah karyawan yang Masuk (B)	Jumlah karyawan yang Keluar (C)	Jumlah karyawan akhir tahun (D)	Persentas C/(A+D): x 100%
2016	30	4	2	32	6,4 %
2017	32	6	4	40	11 %
2018	40	8	6	47	17,3 %
2019	47	4	9	43	20 %
2020	43	3	11	35	28,2 %

Sumber: Lpd Desa Pakraman Renon

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan *turnover intention* karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon mengalami jumlah karyawan yang keluar dan masuk yang fluktuatif atau kondisi yang tidak tetap. Dilihat dari persentase tahun 2016 total jumlah karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon mengalami *turnover* sebesar 6,4% dimana, karyawan yang masuk masih lebih banyak daripada karyawan yang memilih keluar sehingga jumlah karyawan yang masuk memiliki kenaikan pada tahun 2017 total persentase 11% dan pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan sebanyak 17,3 % dimana karyawan masuk masih lebih banyak daripada karyawan yang memilih keluar. Sementara pada tahun 2019 persentase sebesar 20 % dimana jumlah karyawan yang masuk lebih sedikit dibandingkan karyawan yang memilih keluar dilihat dari hasil observasi adalah disebabkan karena adanya penyakit coronavirus (COVID-19) yang begitu meningkat pada tahun 2019 maka pihak LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan memilih untuk dirumahkan karyawan yang lain atau pengurangan karyawan, dimana dari fenomena yang terjadi saat ini (covid-19) menyebabkan menurunnya aktivitas para nasabah untuk meminjam uang atau mencari kredit, begitu pula dengan tahun 2020 dimana jumlah karyawan yang keluar sebanyak 11 orang dan yang masuk 3 orang, sehingga persentase *turnover* pada tahun 2020 sangat tinggi sebesar 28,2% menurut hasil observasi yang didapat disebabkan karena adanya wabah yang mendunia saat ini yaitu covid-19 maka pihak LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan memilih karyawan dirumahkan/pengurangan karyawan sampai saat ini. Salah satu faktor yang

mempengaruhi tingkat *turnover intention* adalah kepuasan kerja (Septian, 2016).

Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual karena setiap individu akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku dalam diri setiap individu (Hasibuan, 2017:132). Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan salah satu aspek psikologis yang mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya, pekerja akan merasa puas dengan adanya kesesuaian antara kemampuan, keterampilan dan harapannya dengan pekerjaan yang pekerja hadapi (Barua, 2018).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah kompensasi. Menurut (Ariandi, 2018) Kompensasi adalah seluruh imbalan yang diterima karyawan atas hasil kerja karyawan tersebut pada organisasi. Menurut Mangkunegara dalam (Retnoningsih, Sunuharjo, & Ruhana, 2016) Kompensasi yang diberikan kepada karyawan sangat berpengaruh pada tingkat kepuasan kerja, motivasi kerja, serta hasil kerja.

Hasibuan dalam (Akmal & Tamini, 2015) mengemukakan tujuan pemberian kompensasi adalah sebagai ikatan kerja sama, kepuasan kerja, pengadaan efektif, motivasi, stabilitas karyawan, disiplin, pengaruh serikat buruh dan pengaruh pemerintah. Kompensasi adalah setiap bentuk yang di berikan kepada seluruh karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi yang diberikan kepada perusahaan /organisasi (Mulyadi, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Afrizal (2012), Anas (2013), dan Fathonah dan Utami (2012) yang menganalisis variabel kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan menyatakan bahwa kompensasi memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan. Jika kompensasi yang diberikan cukup dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan karyawan maka hal itu akan memberikan dampak yang baik bagi kepuasan kerja karyawan tersebut begitu juga dengan lingkungan kerja yang kondusif dan nyaman untuk bekerja maka akan memberikan dampak yang positif pula bagi kepuasan kerja karyawan.

Berdasarkan beberapa pendapat definisi kompensasi di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kompensasi adalah imbalan finansial dan jasa terwujud serta tunjangan kepada karyawan yang timbul dari dipekerjakannya karyawan sebagai bentuk balas jasa. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Potale & Uhing, 2015). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Lingkungan kerja merupakan faktor penting bagi karyawan dalam melakukan pekerjaannya karena berkontribusi kepada kedinamisan kepuasan kerja.

Robbins (2015) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mendorong kepuasan kerja adalah kondisi kerja yang mendukung. Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar karyawan yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan setiap tugas atau pekerjaan yang di bebankan kepada karyawan. Kepuasan kerja karyawan di perusahaan dikatakan tinggi apabila karyawan mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkannya untuk melakukan pekerjaan serta nyaman terhadap kondisi di sekitar lingkungan kerjanya (Nugroho, 2013). Penelitian ini memperoleh hasil bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja guru (Sari 2018).

Promosi jabatan berarti kenaikan jabatan, yakni menerima kekuasaan dan tanggung jawab lebih besar dari kekuasaan dan tanggung jawab sebelumnya (Manulang dalam Nasib, 2020). Sebagai karyawan semua berharap mendapatkan promosi jabatan yang lebih tinggi dari jabatan sekarang. Mengoptimalkan kemampuan yang dimiliki dengan beban kerja yang ada tentunya berpeluang untuk mendapatkan promosi jabatan. Suatu promosi jabatan berarti perpindahan ke jabatan yang lebih tinggi. Biasanya perpindahan ke jabatan yang lebih tinggi disertai dengan peningkatan gaji atau upah dan hak-hak lainnya (Nasib, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Balian, 2020), dan (Pebri, 2020) menyatakan bahwa bahwa promosi jabatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika promosi jabatan ditingkatkan atau diperbaiki maka akan meningkatkan kepuasan kerja perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kompensasi, lingkungan kerja, promosi jabatan terhadap kepuasan kerja karyawan pada LPD Denpasar Selatan wilayah Bali. Kegunaan Teoritis dalam penelitian ini adalah peneliti bisa menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman teori-teori yang berhubungan dengan kompensasi, lingkungan kerja dan promosi jabatan. Peneliti dapat belajar mengenai fakta-fakta dan isu yang terjadi di lingkungan kerja. Kegunaan Praktis dalam penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan evaluasi kepuasan kerja. Penelitian dapat menyumbangkan pemikiran bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan khususnya dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM).

Dalam penelitian ini menjadi objek penelitian adalah karyawan pada LPD Desa Pakraman Denpasar Selatan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan judul "Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, Dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan".

### **Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang yang telah di sampaikan diatas, maka masalah yang di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Lingkungan kerja berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan?
2. Apakah kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan?
3. Apakah promosi jabatan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan?

### **Tujuan Penelitian.**

1. Untuk Mengetahui pengaruh kompensasi terhadap kepuasan kerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.
2. Mengetahui pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.
3. Untuk Mengetahui pengaruh promosi jabatan terhadap kepuasan kerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.

### **Manfaat Penelitian.**

Kegunaan penelitian pasti memiliki manfaat atau kegunaannya, dalam penelitian ini manfaat dapat di bedakan menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Kegunaan Teoritis  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan pemahaman mahasiswa bidang manajemen, khususnya mengenai Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Promosi Jabatan terhadap kepuasan kerja karyawan.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Untuk Mahasiswa  
Penelitian ini menjadikan mahasiswa mampu mengaplikasikan teori yang selama ini diperoleh dibangku kuliah, dengan kenyataan yang ada dilapangan.
  - b. Memberikan pemahaman kepada pengurus LPD dalam menilai kepuasan kerja karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan, memberikan pengetahuan bagi setiap LPD Desa Pakraman Renon tentang pentingnya kepuasan kerja karyawan.
  - c. Untuk Universitas  
Hasil penelitian di harapkan dapat menjadi referensi yang berguna untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran dan pengembangan diri mahasiswa terutama di bidang manajemen.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Kerja.**

Robbins dalam Triatna (2015:110). Kepuasan kerja adalah sebagai sikap umum terhadap pekerjaan seseorang yang menunjukkan perbedaan antara jumlah penghargaan yang diterima pekerja dan jumlah yang mereka yakini seharusnya mereka terima. Handoko dalam Sutrisno (2016:75). Kepuasan kerja adalah keadaan emosional menyenangkan atau tidak menyenangkan bagi para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Ini tampak dalam sikap positif karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan. Locke dalam Wijono (2015:120), mendefinisikan kepuasan kerja sebagai “suatu tingkat emosi yang positif dan menyenangkan individu. Dengan kata lain, kepuasan kerja adalah suatu hasil perkiraan individu terhadap pekerjaan atau pengalaman positif dan menyenangkan dirinya”.

### **Kompensasi**

Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan Afandi (2018:191). Sedangkan menurut Suparyadi (2015:271-272) “kompensasi adalah keseluruhan imbalan yang diterima oleh karyawan sebagai penghargaan atas kontribusi yang diberikannya kepada organisasi, baik yang bersifat finansial maupun nonfinansial”. Kompensasi adalah penghargaan atau imbalan langsung maupun tidak langsung, finansial dan non finansial yang layak kepada pegawai, sebagai balasan atau kontribusi/jasanya terhadap pencapaian tujuan organisasi Marwansyah (2012:269).

### **Lingkungan Kerja**

Afandi (2018:65), menyatakan bahwa “Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar karyawan dan dapat mempengaruhi dalam menjalankan tugas yang diembankan kepadanya misalnya dengan adanya air conditioner (AC), Penerangan yang memadai dan sebagainya”. Niti semito dalam Faida (2019:108), “sesuatu yang ada disekitar para pekerja dan yang mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan”. Dengan memperhatikan lingkungan kerja yang baik atau menciptakan kondisi kerja yang mampu memberikan motivasi untuk bekerja, maka akan membawa pengaruh terhadap kinerja karyawan.

### **Promosi Jabatan**

Manajemen Sumber daya Manusia, dasar dan kunci keberhasilan Promosi adalah perpindahan yang memperbesar authority dan responsibility karyawan ke jabatan yang lebih tinggi didalam satu organisasi sehingga kewajiban, hak, status dan penghasilannya

semakin besar (Malayu S.P Hasibuan, 2016:108). Mengemukakan Promosi jabatan adalah memungkinkan perusahaan untuk mendayagunakan kemampuan dan keahlian karyawan setinggi mungkin. Promosi merupakan perkembangan yang positif dari seorang pekerja atau karyawan karena pekerjaannya dinilai baik oleh pejabat yang berwenang (Henry Simamora, 2010:235). Menurut Siagian (2011:169) Mendefinisikan Promosi Jabatan sebagai berikut: Promosi terjadi apabila seorang pegawai dipindahkan dari satu pekerjaan ke pekerjaan lain yang tanggung jawabnya lebih besar, tingkatannya dalam hirarki jabatan lebih tinggi dan penghasilannya lebih besar.

### **KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS**

- H<sub>1</sub>: Kompensasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja  
 H<sub>2</sub>: Lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja  
 H<sub>3</sub>: Promosi Jabatan Berpengaruh Positif terhadap kepuasan kerja.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan, terletak di Jalan Tukad Balian Nomor 144 Renon Denpasar.

#### **Identifikasi Variabel**

Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

##### 1) Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel Dependen/ terikat (Sugiyono, 2015:96), variabel Independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Kompensasi (X<sub>1</sub>), Lingkungan Kerja (X<sub>2</sub>), Promosi Jabatan (X<sub>3</sub>).

##### 2) Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (sugiyono, 2015:97), variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Kerja(Y).

#### **Definisi Operasional Variabel**

##### 1. Kepuasan Kerja(Y)

Kepuasan kerja merupakan respon karyawan pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan terhadap nilai-nilai kepuasan karyawan dalam bekerja dan ini hal penting dalam suatu perusahaan yang mempengaruhi kinerja karyawan. Menurut Hobin (2018:222), indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan kerja terdiri dari :

- a. Isi pekerjaan  
Penampilan tugas atau atribut pekerjaan yang aktual dan sebagai kontrol terhadap pekerjaan. Karyawan akan merasa puas apabila tugas kerja di anggap menarik dan memberikan kesempatan belajar dan mendapat kepercayaan tanggung jawab atas pekerjaan itu.
- b. Supervisi  
Perhatian dan hubungan yang baik dari pimpinan kepada bawahan, sehingga karyawan akan merasa bahwa dirinya menjadi bagian yang penting dari organisasi. Sebaliknya, supervisi yang buruk dapat meningkatkan *turn over* dan absensi karyawan.
- c. Organisasi dan manajemen  
Perusahaan dan manajemen yang baik adalah yang mampu memberikan situasi dan kondisi kerja yang stabil, untuk memberikan kepuasan kepada  
Adanya kesempatan untuk memperoleh pengalaman dan peningkatan kemampuan selama bekerja akan memberikan kepuasan pada karyawan terhadap pekerjaannya.
- d. Gaji dan keuntungan dalam bidang finansial  
Gaji adalah suatu jumlah yang diterima dan keadaan yang di rasakan upah (gaji). Jika karyawan merasa bahwa gaji yang di peroleh mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, diberikan secara adil didasarkan pada tingkat keterampilan, tuntutan pekerjaan, serta standar gaji untuk pekerjaan tertentu, maka akan ada kepuasan kerja.
- e. Rekan kerja  
Adanya hubungan yang dirasa saling mendukung dan saling memperhatikan antar rekan kerja akan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan hangat sehingga menimbulkan kepuasan kerja pada karyawan.
- f. Kondisi pekerjaan  
Kondisi pekerjaan yang mendukung akan meningkatkan kepuasan kerja pada karyawan. Kondisi kerja yang mendukung artinya tersedianya sarana dan prasarana kerja yang memadai sesuai dengan sifat tugas yang harus diselesaikannya.
2. Kompensasi (X1)  
Kompensasi merupakan seluruh yang diterima karyawan atas hasil kerja karyawan pada perusahaan LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan. Pemberian kompensasi yang tepat akan berpengaruh positif pada karyawan, karena tidak dapat dipungkiri bahwa kompensasi menjadi tujuan utama untuk sebagian besar karyawan yang bekerja di dalam suatu perusahaan. Menurut Suparyadi (2015:271-272) “kompensasi adalah keseluruhan imbalan yang diterima oleh karyawan sebagai penghargaan atas kontribusi yang diberikannya kepada organisasi, baik yang bersifat finansial maupun nonfinansial”. Menurut Afandi (2018:194-195), menyatakan bahwa indikator kompensasi terbagi menjadi empat, yaitu:
- a. Upah dan Gaji  
Upah biasanya berhubungan berhubungan dengan tarif gaji per jam. Upah merupakan basis bayaran yang kerap kali digunakan bagi pekerja-pekerja produksi dan pemeliharaan. Gaji umumnya berlaku untuk tarif bayaran mingguan, bulanan, atau tahunan.
- b. Insentif  
Insentif adalah tambahan kompensasi diatas atau diluar gaji atau upah yang diberikan oleh organisasi
- c. Tunjangan  
Contoh-contoh tunjangan adalah asuransi kesehatan dan jiwa, liburan yang ditanggung perusahaan, program pensiun, dan tunjangan lainnya yang berkaitan dengan hubungan kepegawaian.
- d. Fasilitas  
Contoh-contoh fasilitas adalah kenikmatan atau fasilitas seperti mobil perusahaan, keanggotaan klub, tempat parkir khusus atau akses kepesawat perusahaan yang diperoleh karyawan. Fasilitas dapat mewakili jumlah substansial dari kompensasi, terutama bagi eksekutif.
3. Lingkungan Kerja (X2)  
Lingkungan kerja merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja, dimana lingkungan kerja merupakan tempat kerja dapat memberikan gambar mengenai hari ke hari kehidupan karyawan yang datang untuk bekerja, datang dan bersama-sama untuk tujuan yang sama, melaksanakan pekerjaan mereka, dan hidup dalam kerangka aturan dan peraturan perusahaan. Menurut Nitisemito dalam Faida (2019:108), “sesuatu yang ada disekitar para pekerja dan yang mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan”. Dengan memperhatikan lingkungan kerja yang baik atau menciptakan kondisi kerja yang mampu memberikan motivasi untuk bekerja, maka akan membawa pengaruh terhadap kinerja karyawan. Indikator-indikator lingkungan kerja menurut Afandi (2018:70) adalah sebagai berikut:
- a. Pencahayaan  
Cahaya penerangan yang cukup memancarkan dengan tepat akan menambah efisiensi kerja para karyawan, karena mereka dapat bekerja

dengan lebih cepat lebih sedikit membuat kesalahan dan matanya tak lekas menjadi lelah.

b. Warna

Warna merupakan salah satu faktor yang penting untuk memperbesar efisiensi kerja para karyawan, khususnya warna akan mempengaruhi keadaan jiwa mereka dengan memakai warna yang tepat pada dinding ruang dan alat-alat lainnya kegembiraan dan ketenangan bekerja para karyawan akan terpelihara.

c. Udara

Mengenai faktor udara ini, yang sering sekali adalah suhu udara dan banyaknya uap air pada udara itu.

d. Suara

Untuk mengatasi terjadinya kegaduhan, perlu kiranya meletakkan alat-alat yang memiliki suara yang keras, seperti mesin ketik pesawat telepon, parkir motor, dan lain-lain. Pada ruang khusus, sehingga tidak mengganggu pekerja lainnya dalam melaksanakan tugasnya.

4. Promosi Jabatan (X3)

Promosi Jabatan adalah perpindahan karyawan ke jabatan lebih tinggi dan tanggung jawab lebih besar dan mendaya gunakan kemampuan dan keahlian karyawan tersebut digunakan dalam perusahaan. Promosi jabatan merupakan hal penting bahkan menjadi idaman yang selalu dinantikan karyawan.

Menurut Malayu S.P Hasibuan (2016:108) Manajemen Sumber daya Manusia, dasar dan kunci keberhasilan Promosi adalah perpindahan yang memperbesar authority dan responsibility karyawan ke jabatan yang lebih tinggi didalam satu organisasi sehingga kewajiban, hak, status dan penghasilannya semakin besar. Simamora, (2010:235) Merumuskan indikator-indikator umum yang diperhitungkan dalam proses promosi jabatan sebagai berikut:

1. Kesempatan

Promosi jabatan di perusahaan harus memperhatikan kesesuaian antara latar belakang pendidikan dengan persyaratan jabatan yang ditetapkan oleh manajemen.

2. Kemampuan

Promosi jabatan di perusahaan harus dilakukan dengan mempertimbangkan pengalaman kerja dengan turut mempertimbangkan kreatifitas karyawan dalam bekerja.

3. Keadilan

Perusahaan harus melaksanakan promosi jabatan secara adil dengan memperhatikan kompetensi karyawan dan mempertimbangkan kinerja karyawan.

4. Prosedur

Promosi jabatan di perusahaan memiliki prosedur pelaksanaan yang baku dan dilakukan sesuai dengan prosedur.

### Populasi dan Sampel

1) Populasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berjumlah sebanyak 35 orang.

2) Sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Berdasarkan hal tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 35 orang responden.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, dokumentasi dan observasi.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Model Fit (Uji F), Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji t (t-test)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan dalam variabel kepuasan kerja, disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan memiliki *pearson correlation* yang lebih besar dari angka 0,30 sehingga seluruh indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

Uji Reliabilitas.

Hasil uji reliabilitas menunjukan masing-masing nilai *Cronbach alpha* pada tiap instrumen tersebut lebih besar dari 0.6 sehingga seluruh variabel layak digunakan untuk menjadi alat ukur pada instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil yang didapatkan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 > 0,05 dengan demikian dapat dikatakan variabel tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas



Terlihat bahwa semua variabel bebas yaitu Kompensasi mempunyai koefisien VIF sebesar 4,066, Lingkungan Kerja mempunyai nilai VIF sebesar 3,409, dan Promosi Jabatan mempunyai nilai VIF sebesar 3,213 yang lebih kecil dari 10 dan tolerance lebih besar dari 0,10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian adalah bebas dari gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 terhadap absolute residual (RES2) secara parsial. Kompensasi sebesar 0,222, Lingkungan Kerja sebesar 0,867, dan Promosi Jabatan sebesar 0,435. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model dalam regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk memprediksi variabel terikat.

Analisis Linier Berganda

Berdasarkan nilai-nilai tersebut diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 2,185 + 0,283X_1 + 0,151X_2 + 1,052X_3$$

Berdasarkan hasil persamaan ini, dapat dijelaskan pola pengaruh Kompensasi (X1), Lingkungan Kerja (X2), Promosi Jabatan (X3), dan Kepuasan Kerja (Y) yaitu sebagai berikut :

a = 2,185, berarti apabila Kompensasi (X1), Lingkungan Kerja (X2), dan Promosi Jabatan (X3) tidak mengalami perubahan atau tetap (*constant*) maka Kepuasan Kerja (Y) akan naik sebesar 2,185.

b1 = 0,283, artinya Kompensasi (X1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Kerja (Y). Hal ini berarti apabila Kompensasi (X1) meningkat maka Kepuasan Kerja (Y) juga akan meningkat.

b2 = 0,151, artinya Lingkungan Kerja (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Kerja (Y). Hal ini berarti apabila Lingkungan Kerja (X2) meningkat maka Kepuasan Kerja (Y) juga akan meningkat.

2. b3= 1,052, artinya Promosi Jabatan (X3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Kerja (Y). Hal ini berarti apabila Promosi Jabatan (X3) meningkat maka Kepuasan Kerja (Y) juga akan.

**Rangkuman Hasil Penelitian Analisis Regresi  
Linier Berganda**

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>					
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.185	1.428		1.530	.136
Kompensasi	.283	.148	.213	1.907	.006
Lingkungan Kerja	.151	.123	.143	1.416	.000
Promosi Jabatan	1.052	.242	.735	7.388	.000

Sumber: Lampiran 7 (Data Primer Diolah)

1) Analisis Kolerasi Berganda

3. Hasil analisis kolerasi berganda menunjukkan nilai R = 0,951, karena angka 0,951 berada diantara 0,80–1,00 (Sugiyono, 2010) ini menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Promosi Jabatan terhadap Kepuasan

2) Uji Determinasi

Diketahui bahwa besarnya determinasi (*adjusted R Square* = 0,895) ini berarti variasi hubungan Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Promosi Jabatan terhadap Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan sebesar 89,5% sedangkan sisanya sebesar 10,5% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

3) Uji f (f-test)

Hasil perhitungan uji f dengan SPSS diperoleh nilai f hitung = 97,908, nilai signifikan adalah sebesar 0,000 < α = 0,05. Artinya, Kompensasi (X1), Lingkungan Kerja (X2), dan Promosi Jabatan (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja (Y) pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.

4) Uji t (t-test)

Hasil perhitungan dengan SPSS pada tabel 5.18 diperoleh nilai t hitung sebagai berikut:

a. Nilai t hitung variabel Kompensasi = 1,530 dan nilai signifikan adalah sebesar 0,006 < α = 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, Kompensasi (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja (Y) pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.

b. Nilai t hitung variabel Lingkungan Kerja = 1,416 dan nilai signifikan adalah sebesar 0,000 < α = 0,05. Hal ini menunjukkan

bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya Lingkungan Kerja ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja ( $Y$ ) pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.

- c. Nilai  $t$  hitung variabel Promosi Jabatan = 7,388 dan nilai signifikan adalah sebesar  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya Promosi Jabatan ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja ( $Y$ ) pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kompensasi di LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan, maka akan meningkatkan Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.
- 2) Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Lingkungan Kerja di LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan, maka akan meningkatkan Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.
- 3) Promosi Jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Promosi Jabatan di LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan, maka akan meningkatkan Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.
- 4) Promosi Jabatan memiliki nilai koefisien Beta memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 0,242, jika dibandingkan dengan Kompensasi dan Lingkungan Kerja yang memiliki nilai koefisien Beta sebesar 0,148 dan 0,123. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini Promosi Jabatan memiliki pengaruh yang dominan terhadap peningkatan maupun penurunan Kepuasan Kerja pada LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan.

### Saran

Berdasarkan uraian simpulan di atas, maka

penulis dapat menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji pada variabel Kompensasi dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling rendah terhadap pernyataan kedua mengenai Bonus yang diberikan pada kantor LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan tempat saya bekerja selama ini dapat meningkatkan semangat kerja dalam bekerja, maka sebaiknya LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan perlu memperhatikan dan mempertimbangkan hasil kerja karyawan dengan bonus yang diberikan sehingga dengan adanya keseimbangan antara bonus dan hasil kerja karyawan maka dapat meningkatkan semangat kerja karyawan.
- 2) Berdasarkan hasil uji pada variabel Lingkungan Kerja dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling rendah terhadap pernyataan ketiga mengenai Temperature di LPD Desa Pakraman Renon Denpasar selatan tidak mempengaruhi suhu tubuh saya, maka sebaiknya LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan perlu menyesuaikan temperature suhu ruangan tempat kerja dengan suhu tubuh karyawannya sehingga karyawan dapat bekerja dengan lebih nyaman terhadap pekerjaannya.
- 3) Berdasarkan hasil uji pada variabel Promosi Jabatan dimana secara keseluruhan responden mempunyai persepsi yang paling rendah terhadap pernyataan pertama mengenai Saya giat bekerja karena adanya kesempatan yang diberikan pada kantor LPD Desa Pakraman Renon Denpasar selatan untuk menduduki posisi tertentu, maka sebaiknya LPD Desa Pakraman Renon Denpasar Selatan perlu memperbaiki dan meningkatkan jenjang karir yang ada pada LPD sehingga karyawan dapat lebih bersemangat dalam mengejar dan mencapai posisi jabatan yang diinginkannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Trisna Putri. 2015. Pengaruh Promosi Dan Mutasi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Kanwil Ii PT. Pegadaian (Persero) Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*. Vol.6, No.1, pp. 670-678.
- Afandi. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Nusa Media. Yogyakarta
- Afrizal, R. 2012. Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja

- Karyawan PT. Nindya Karya Persero. *Jurnal Manajemen*. Vol.1, No.2, pp. 113-125
- Akmal, Akhwanul. & Tamini, Ihd. 2015. Pengaruh Kompensasi Terhadap. Kepuasan Kerja Karyawan GAYAMAKMUR Mobil Medan. *Jurnal Bisnis*. Vol. 1, No.4, pp. 89-101.
- Alan Wijaya. 2015. Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Perum Jasa Tirta 1 Malang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.2, No.4, pp. 64-73
- Anas, Khaidir. 2013. Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap. Kepuasan Kerja Karyawan PT. Karya Mitra Muda. *Jurnal Manajemen*. Vol.1, No.1, 98-101
- Andini, Rizky., Perizade, Badia., dan Hanafi, Agustina. 2013. Pengaruh Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Kantor Wilayah Dirjen Pajak (DJP) Sumsel dan Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.2, No.1, pp.44-62
- Anissa Budi Utami. 2019. Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Budaya Perusahaan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Sri Rejeki Isman (SRITEX) Sukoharjo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.1, No.2, pp. 231-243
- Anto, Dajan. 1986. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. LP3ES. Jakarta
- Ardana, Komang dkk. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Ariandi, F. 2018. Pengaruh Metode Pembayaran Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol, 2, No.1, pp. 231-246
- As'ad, Moh. 2017. *Psikologi Industri*. Seri Ilmu Sumber Daya Manusia. Liberty: Jakarta
- Badriyah, M. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Pertama)*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Badriyah, M. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan 1. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Balian. 2020. Pengaruh Rekrutmen dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Pacto Ltd. *E-Jurnal Manajemen*. pp. 31-45.
- Barua. 2018. Hubungan Stressor Kerja Dengan Kepuasan Kerja Karyawan pada Hotel Kedaton. Program Ekstensi Fakultas Ekonomi. *Skripsi*. Universitas Padjadjaran, Bandung.
- Busro, Muhammad. 2018. *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadameidia Group
- Djarwanto. 2011. *Pokok-Pokok Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Kedua. BPF. Yogyakarta
- Edy, Sutrisno. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Kencana Prenada*. Jakarta: Media Group.
- Faida, Eka Wilda. 2019. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Ergonomi Unit Kerja Rekam Medis*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka
- Fathonah, Siti dan Utami Ida. 2010. Pengaruh Kompensasi, Pengembangan Karir, Lingkungan Kerja, dan Komitmen Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Sekretariat Daerah Kabupaten Karanganyar dengan Keyakinan Diri (*Self Efficacy*) sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Journal STIE AUB Surakarta*.
- Fattah, Hussein. 2017. *Kepuasan Kerja dan Kinerja Pegawai*. Yogyakarta: Elmatara (Anggota IKAPI)
- Fauzi. 2017. Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Tor Ganda Medan. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, 2 (3)
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 22 Update Bayesian SEM*. Edition: VI. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gibson, James L., John M. Ivancevich, James H. Donnelly, Jr., and Robert Konopaske. 2012. *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. Fourteenth Edition. New York: McGraw-Hill.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit. Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Henry Simamora. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung
- Mangkunegara, A. A. Anwar Prabu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung

- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Marwansyah. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia
- Marwansyah. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia
- Muhammad Haikal. 2015. Pengaruh Promosi Dan Mutasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Taspen (Persero) Cabang Malang. *Jurnal Manajemen*. Vol. 2, No.3, pp. 71-84
- Muhwareni, Rasyid, Gunawan. 2017. Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik, Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Bagian Umum Sekretariat Daerah Kabupaten Soppeng. *Jurnal Ekonomi*. Vol 4, No.2, pp.112-124
- Mulyadi, D. 2015. *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Bandung: Alfabeta
- Naharuddin, N. M., & Sadegi, M. 2013. Factors of Workplace Environment that Affect Employees. *International Journal of Independent Research and Studies*. Vol 2. pp 66-78.
- Nasib, dan Fadili, Ahmad. 2020. Pengaruh Promosi Jabatan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Modern Plasindo Mutiara. *Jurnal Abdi Ilmu*. Vol. 13, No.1.
- Nasution, Mulia. 1994. *Manajemen Personalial: Aplikasi dalam Perusahaan*. Djambatan, Jakarta
- Nugraha, Made Bayu Indra., Surya, Ida Bagus Ketut. 2016. Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1, pp. 59-87.
- Nugroho, Agung, Dwi. 2013. Pengaruh Kedisiplinan, Lingkungan Kerja, dan. Budaya Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Pengajar. *Jurnal Economia*. Vol. 6, No.2, pp. 314-331
- Octo Bayu Putra W, Sepang, Sjendry S.R. Loindong. 2018. Pengaruh Lingkungan Kerja, Pelatihan dan Pemberdayaan SDM terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Bank Sulutgo. *Jurnal Manajemen*. Vol.1, No.2, pp. 243-251
- Pebri. 2020. Pengaruh Promosi Jabatan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Trimegah Perkasa Di Jakarta. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia*. Vol.2, No.2, pp. 67-81.
- Pioh, Nancy L. dan Tawas, Hendra N. 2016. Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai (Studi Pada Pns Di Kantor Kecamatan Sonder Kabupaten Minahasa). *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.2, Hal. 838-848.
- Potale, Rocky, dan Uhing, Yantje. 2015. Pengaruh Kompensasi Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Bank Sulut Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3, No.1.
- Robbins, Stephen P. & A. Judge, Timothy. 2011. *Organizational behavior*. Fourteenth Edition. Pearson education. New Jersey 07458. 77-89
- Robbins, Stephen P. 1996. *Perilaku Organisasi Edisi ke 7 (Jilid II)*. Jakarta: Prehallindo
- Robbins, Stephen P. 2008. *Perilaku Organisasi (alih bahasa Drs. Benjamin. Molan)*. Edisi Bahasa Indonesia. PT Intan Sejati: Klaten.
- Robbins, Stephen. 2015. *Perilaku Organisasi*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Saputra, I Dw Gd Agus., Sudharma, I Nyoman. 2017. Pengaruh Promosi Jabatan, Pelatihan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 2, pp.1030-1054
- Sari. 2018. Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Osi Electronics. *Jurnal Manajemen*. Vol.1, No.2, pp.89-102
- Sedarmayanti. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung. PT Refika Aditama
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 6. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Septerina. 2018. Pengaruh Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Bagian Produksi PT Etowa Packaging Indonesia. *Jurnal Manajemen*. Vol. 3, No. 1, hal. 113-131
- Septian, A, Putra. 2016. Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja. Karyawan PT. Borwita Prima Citra di Sidoarjo. *Jurnal Manajemen*. Vol. 7, No.3, pp. 165-184
- Simamora, Henry. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gramedia : Jakarta
- Smith dan Hobin 2018. *Manajemen Personalial*. Surabaya: PT. Angkasa
- Sondang P. Siagian. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi. Aksara. Jakarta
- Stevani, Quenerita., dan Fakhri, Mahendra. 2015. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap

- Kepuasan Kerja Karyawan PT. Freeport Indonesia. *Jurnal Manajemen*. Vol.2, No.3, pp. 54-71
- Subagyo, Drs. Pangestu. 2014. *Manajemen Operasi*. Edisi pertama. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Surya. 2016. Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Promosi Jabatan Terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 4, No. 5, pp. 210-231.
- Sutrisno, E. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana, Jakarta.
- Tresna Suputra Angelo Confessa, I Made. 2014. Pengaruh Kompensasi, Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Pt. Anugrah Merta Sari Sedana Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Vol. 3, No. 5.
- Triatna, Cepi. 2015. *Perilaku Organisasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Umar, Husein. 2007. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali.
- Wibowo. 2016. *Manajemen*. Edisi 5, Cetakan 10. Jakarta: Rajawali

## **PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA DENPASAR TIMUR**

**Putu Rusita Anantika Putri<sup>1</sup>, Anak Agung Dwi Widyani<sup>2</sup>, Tiksnayana Vipraprastha<sup>3</sup>**  
<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email : [rusitaanantikaputri@gmail.com](mailto:rusitaanantikaputri@gmail.com)

### Abstrak

Peran sumber daya manusia bagi perusahaan dapat dilihat dari kualitas kerja yang dihasilkan. Hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu kinerja karyawan, kinerja karyawan sangat mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Kinerja karyawan dipengaruhi banyak faktor seperti kepuasan kerja dan beban kerja. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh kepuasan kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Metode sampel yang digunakan adalah Teknik sampel jenuh dengan jumlah responden 91 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis regresi linier berganda. Adapun analisis statistik deskriptif serta uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, (2) beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, (3) kepuasan kerja dan beban kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci : Kepuasan kerja, Beban kerja, Kinerja karyawan

### Abstract

*The role of human resources for the company can be seen from the quality of the work produced. Things that need to be considered by companies are employee performance, employee performance greatly affects the development of a company. Employee performance is influenced by many factors such as job satisfaction and workload. The purpose of the study was to analyze the effect of job satisfaction and workload on employee performance. The population in this study were employees of the Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. The sample method used is the saturated sample technique with 91 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis technique. The descriptive statistical analysis and classical assumption test. The results of this study indicate that (1) job satisfaction has a positive and significant effect on employee performance, (2) workload has a positive and significant effect on employee performance, (3) job satisfaction and workload simultaneously have a positive and significant effect on employee performance*

*Keywords: Job satisfaction, Work Load, Employee Performance*

### **PENDAHULUAN**

Di era kompetisi sekarang ini, setiap perusahaan harus mampu mengembangkan dan meningkatkan perusahaannya dengan mengandalkan berbagai macam cara yang tersusun dalam program untuk meningkatkan kinerja para karyawannya. Terdapat banyak faktor terkait dalam perbaikan kinerja

perusahaan, salah satunya adalah faktor sumber daya manusia (SDM). Menurut Kasmir (2016:3) yang menyatakan bahwa sumber daya manusia merupakan motor penggerak seluruh aktivitas perusahaan. Hal mendasar yang perlu diperhatikan oleh perusahaan salah satunya yaitu mengenai kinerja karyawan,

karena kinerja karyawan sangat mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan.

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur yang ber alamat di Jl. Letda Tantular No.4, Dangin Puri Klod, Kecamatan Denpasar Timur, ini memiliki tugas pokok, Dimana Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur ini memiliki tugas pokok, dimana tugas pokoknya yaitu melaksanakan Penyuluhan, Pelayanan, Pengawasan dan Konsultasi, Pemeriksaan dan Penagihan terhadap Wajib Pajak atas Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Bumi dan Bangunan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan adalah faktor kepuasan kerja. Menurut Handoko (2016), mengemukakan kepuasan kerja adalah keadaan emosional menyenangkan atau tidak menyenangkan bagi para karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh permasalahan mengenai kepuasan kerja karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur yang dapat dilihat dari gaji yang diterima oleh setiap karyawan mencerminkan perbedaan tanggung jawab, pengalaman, kecakapan maupun senioritas. Selain itu kurangnya koordinasi saat diberlakukannya *work from home* (WFH) selama pandemi yang membuat karyawan sulit berinteraksi dengan rekan kerja sehingga koordinasi menjadi kurang, karyawan pun merasakan adanya kesulitan dalam melakukan pekerjaannya dikarenakan dokumen- dokumen yang dibutuhkan berada di kantor dan karyawan merasa tidak puas atau mengalami stress (*burnout*) dalam melakukan pekerjaannya.

Penelitian ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mekta (2017), Mayowan (2018), Syahputra (2019) dan Saraswati,dkk (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristine (2017) dan juga Kalistra (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Menurunnya kinerja karyawan juga dipengaruhi oleh beban kerja yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan. Menurut Robbins dan Judge (2008) menyatakan bahwa positif negatifnya beban kerja merupakan masalah persepsi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, adapun permasalahan beban kerja yang dirasakan oleh karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur yang dituntut untuk mencapai target penerimaan pajak yang terus mengalami kenaikan disetiap bulannya sehingga dengan bertambahnya target yang dibebankan kepada

karyawan dan tanpa adanya pembagian beban kerja yang sesuai maka kinerja karyawan akan mengalami ketidakpuasan dan penurunan dalam melakukan pekerjaannya yang akan memberikan dampak buruk bagi perusahaan nantinya.

Penelitian ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018), Kartika (2020), dan Kirana (2020) yang menunjukkan bahwa Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Paramitadewi (2017) dan Pratami (2020) yang menyatakan bahwa beban kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya yang bervariasi tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur

Berdasarkan latar belakang diatas, rumumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepuasan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pajak Pratama Denpasar Timur?
2. Apakah beban kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pajak Pratama Denpasar Timur?
3. Apakah kepuasan kerja dan beban kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pajak Pratama Denpasar Timur?

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pajak Pratama Denpasar Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh beban kerja terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pajak Pratama Denpasar Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan kerja dan beban kerja secara simultan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pajak Pratama Denpasar Timur.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja merupakan salah satu aspek yang penting dalam mendapatkan hasil kerja yang optimal. Dimana kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual dan setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut (Afandi, 2018:82) yang menyatakan bahwa indikator kepuasan kerja meliputi :

- a) Pekerjaan
- b) Upah/Gaji
- c) Promosi
- d) Pengawas

e) Rekan kerja

### Beban Kerja

Menurut Moekijat (2010: 28) beban kerja adalah volume dari hasil kerja atau catatan tentang hasil pekerjaan yang dapat menunjukkan volume yang dihasilkan oleh sejumlah pegawai dalam suatu bagian tertentu. Menurut Suci Koesomowidjojo (2017:33) yang menyatakan bahwa indikator beban kerja meliputi :

- a) Kondisi pekerjaan
- b) Penggunaan waktu kerja
- c) Target yang harus dicapai
- d) Lingkungan kerja

### Kinerja Karyawan

Menurut Mangkunegara (2016:9) yang berpendapat kinerja karyawan merupakan hasil kerja seseorang secara kualitas maupun secara kuantitas yang telah dicapai oleh karyawan dalam menjalankan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan. Menurut Kasmir (2016 : 208-210) menyatakan bahwa indikator kinerja karyawan meliputi :

- a) Kualitas
- b) Kuantitas
- c) Waktu
- d) Kerja sama antar karyawan
- e) Penekanan biaya
- f) Pengawasan

### HIPOTESIS

Menurut Sugiyono (2018: 63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

- H1 : Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.
- H2 : Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.
- H3 : Kepuasan kerja dan beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

### METODE PENELITIAN

Tempat Penelitian ini dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur yang berlokasi di Jl. Letda Tantular No.4, Daging Puri Klod, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar Bali. Objek Penelitian dalam penelitian ini adalah mengenai Pengaruh Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur yang berjumlah 91 orang.

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah teknik sampel jenuh atau sensus, dimana pengambilan sampel adalah semua karyawan Kantor Pelayanan

Pajak Pratama Denpasar Timur yang berjumlah 91 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, serta kuesioner.

## HASIL PENELITIAN

### Uji Validitas

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	Keterangan
1	Kepuasan Kerja	X1.1	0,934	Valid
		X1.2	0,821	Valid
		X1.3	0,894	Valid
		X1.4	0,945	Valid
		X1.5	0,902	Valid
2	Beban Kerja	X2.1	0,899	Valid
		X2.2	0,879	Valid
		X2.3	0,940	Valid
		X2.4	0,939	Valid
3	Kinerja Karyawan	Y1.1	0,918	Valid
		Y1.2	0,902	Valid
		Y1.3	0,939	Valid
		Y1.4	0,921	Valid
		Y1.5	0,939	Valid
		Y1.6	0,914	Valid

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil pengujian validitas memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,30 sehingga semua indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Kerja (X1)	0,941	Reliabel
Beban Kerja (X2)	0,930	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0,964	Reliabel

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan adalah reliabel, karena memiliki koefisien reliabilitas (*alpha cronbach*) lebih besar dari 0,60.



## Uji Normalitas

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.63224729
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.073
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah (2021)

Pada table diatas menunjukkan bahwa besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* adalah sebesar 0,090 dan tingkat signifikansi sebesar 0,069 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.

## Uji Multikolinearitas

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.466	.803		.581	.563		
X1	.524	.112	.432	4.694	.000	.109	9.155
X2	.831	.141	.540	5.875	.000	.109	9.155

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah (2021)

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. nilai *tolerance* semua variabel bebas kepuasan kerja dan beban kerja lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibuat tidak terdapat gejala multikolinieritas.

## Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1.162	.523		2.222	.029
	X1	-.073	.073	-.323	-1.007	.317
	X2	.098	.092	.342	1.066	.289

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data diolah (2021)

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap *absolute residual* yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi dari setiap variabel yang diuji lebih dari 0,05. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan.

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	.466	.803		.581	.563
	X1	.524	.112	.432	4.694	.000
	X2	.831	.141	.540	5.875	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah (2021)

Pada table diatas hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

- 1) Konstanta  
Nilai konstanta diperoleh sebesar 0,466 artinya apabila kedua variabel independen yaitu kepuasan kerja dan beban kerja dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen, yaitu kinerja karyawan adalah sebesar 0,466.
- 2) Kepuasan Kerja  
Nilai koefisien untuk variabel kepuasan kerja sebesar 0,524 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa, apabila kepuasan kerja naik satu-satuan, maka kinerja karyawan akan naik sebesar 0,524 satuan, dengan asumsi variabel lainnya yaitu beban kerja konstan.
- 3) Beban Kerja  
Nilai koefisien untuk variabel beban kerja sebesar 0,831 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa, apabila beban kerja naik satu-

satuan, maka kinerja karyawan akan naik sebesar 0,831 satuan, dengan asumsi variabel lainnya yaitu kepuasan kerja konstan.

### Koefisien Determiniasi

Berdasarkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini, diperoleh nilai *adjusted*  $R^2$  sebesar 0,917 atau 91,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan sudah mampu dijelaskan oleh kepuasan kerja dan beban kerja sebesar 91,7%; sedangkan sisanya sebesar 8,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

### Uji F

Analisis ini diduga untuk menguji korelasi untuk menguji kelayakan model antara dua variabel bebas terhadap suatu variabel terikat secara bersama-sama. diperoleh nilai F hitung sebesar 497,170 dengan signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 oleh karena itu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Untuk itu model yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan layak.

### Uji t

Untuk menguji nyata tidaknya pengaruh Kepuasan kerja dan Beban kerja terhadap Kinerja karyawan maka dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini :

- 1) Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan  
Hasil pengujian menunjukkan variabel kepuasan kerja memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,694 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa kepuasan kerja secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, sehingga  $H_1$  diterima.
- 2) Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan  
Hasil pengujian menunjukkan variabel beban kerja memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,875 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa beban kerja secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, sehingga  $H_2$  diterima.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur

Berdasarkan pengolahan data SPSS dihasilkan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai pengujian tersebut, dapat dilihat dengan statistik bahwa uji jatuh pada penolakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima untuk hipotesis pertama. Hal tersebut menyatakan penerimaan hipotesis yang bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan kerja terhadap Kinerja karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak

Pratama Denpasar Timur. Koefisien variabel  $X_1$  adalah positif 0,524 artinya Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap Kinerja karyawan. Apabila Kepuasan kerja meningkat sedangkan Beban kerja tetap, maka Kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,524. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mekta (2017), Mayowan (2018), Sinulingga (2018) dan Saraswati,dkk (2021) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

### Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur

Berdasarkan pengolahan data SPSS dihasilkan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai pengujian tersebut, dapat dilihat dengan statistik bahwa uji jatuh pada penolakan  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima untuk hipotesis kedua. Hal tersebut menyatakan penerimaan hipotesis yang bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Beban kerja terhadap Kinerja karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Koefisien variabel  $X_2$  adalah positif 0,831, yang menyatakan bahwa Beban kerja berpengaruh positif terhadap Kinerja karyawan. Artinya beban kerja yang dirasakan dapat menentukan perilaku kerja atau kinerja karyawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018), Kartika (2020), dan Kirana (2020) yang dalam penelitiannya yang menguji hubungan beban kerja terhadap kinerja karyawan menyatakan bahwa beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

### Pengaruh Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur

Berdasarkan pengolahan data SPSS dihasilkan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan nilai pengujian tersebut, dapat dilihat dengan statistik bahwa uji jatuh pada penolakan  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima untuk hipotesis ketiga. Hal tersebut menyatakan penerimaan hipotesis yang bahwa terdapat pengaruh antara Kepuasan kerja dan Beban kerja terhadap Kinerja karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Kepuasan kerja dan Beban kerja, secara bersama-sama dapat mempengaruhi tingkat Kinerja karyawan terhadap perusahaan. Jadi dapat dikatakan hubungan antara kepuasan kerja dan beban kerja dengan kinerja yaitu mereka mempunyai tingkat signifikan yang tinggi. Artinya bahwa meningkatnya kinerja karyawan dapat dipengaruhi dari beberapa faktor yaitu seperti kepuasan kerja dan beban kerja yang mereka peroleh dari perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang dilakukan oleh Delvi (2020), Karlina (2020), dan Kanivia (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja dan beban kerja memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Hal ini berarti semakin tingginya Kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan maka akan meningkatkan Kinerja dari karyawan tersebut.
- 2) Beban kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Hal ini memiliki arti bahwa Beban kerja yang dirasakan oleh karyawan dapat menentukan perilaku kerja atau kinerja karyawan tersebut.
- 3) Kepuasan kerja dan Beban Kerja secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur. Hal ini memiliki arti bahwa dengan Kepuasan kerja yang tinggi, hal ini tentunya baik bagi kinerja karyawan dan organisasi. Karyawan yang merasa puas akan memiliki dedikasi dan semangat yang tinggi sehingga kinerjanya akan meningkat. Dan Beban kerja yang sesuai dengan keadaan karyawan akan dapat meningkatkan kinerja dari karyawan tersebut.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh dapat diberikan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi Perusahaan  
Dari segi kepuasan kerja, berdasarkan pernyataan kuesioner, Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur hendaknya pemimpin perusahaan meningkatkan kepuasan kerja karyawan melalui pemberian gaji yang sesuai dengan keterampilan dan kemampuan dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan dari masing-masing karyawan kepada seluruh karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur.  
Dari segi beban kerja, berdasarkan pernyataan kuesioner, pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur hendaknya pemimpin perusahaan memberikan pekerjaan sesuai dengan standar operasional perusahaan (SOP) yang telah ditetapkan.

Dari segi kinerja karyawan, berdasarkan pernyataan kuesioner pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Denpasar Timur hendaknya pemimpin perusahaan dapat lebih meningkatkan prestasi para karyawan sehingga nantinya lembaga akan memiliki citra yang lebih baik lagi di mata masyarakat luas.

- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya  
Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, misalnya faktor motivasi kerja, lingkungan kerja, disiplin kerja serta menambah kekurangan yang ada pada penelitian ini sehingga makin memperkaya pengetahuan tentang variabel yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- Dewi, Kartika .2020. Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Sumatera Utara Medan.
- Delvi, Imelia. 2020. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Perkebunan Nusantara V Pekan Baru. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekan Baru.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Edy, Sutrisno .2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Kencana* Prenada Media Group, Jakarta.
- Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Kalitra .2018. Pengaruh Kompetensi, Kompensai Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional III Palembang. *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah. Palembang
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Kirana, andra. 2020. Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja Pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Sumatera Utara. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas

- Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Sumatera Utara Medan.
- Koesomowidjojo, Suci .R .2017. *Panduan Praktis Menyusun Analisis Beban Kerja* (1st ed). Jakarta: Penebar Suadaya.
- Kristine, Erlina. 2017. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Melalui Motivasi Kerja Pegawai Alih Daya (Outsiurcing) Di PT. Mitra Karya Jaya Sentosa. *Jurnal Eksekutif*, Vol.14, No 384-401.
- Karlina, Agustin D. 2020. Pengaruh Kepuasan Kerja, Beban Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Skripsi Program Studi D3 Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
- Kanivia, Lestari, dan Abdullah. 2021. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Batik Trusmi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Industri Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon*.
- Mangkunegara, A.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mekta, Hendrawan. 2017. Pengaruh Kepuasan KERJA Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Indra Kelana Yogyakarta. *Skripsi*. Studi Akuntansi Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mayowan, Yuniadi. 2018. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan AJB BUMI PUTERA .*Skripsi*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Moekijat. 2010. *Manajemen Kepegawaian Dan Hubungan Dalam Perusahaan*, Edisi Ketiga, Alumni Bandung.
- Paramitadewi, Kadek Ferrania. 2017. Pengaruh Beban Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai Sekretariat Pemerintah Derah Kabupaten Tabanan. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. *Journal Of Management*, Vol. 6, Nomor 6, Tahun 2017, Hal.3370-3397.
- Pratami, Widya. 2020. Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Kerobokan Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati.Denpasar.
- Putri, Sheila. 2019. Pengaruh Beban Kerja Dan Setres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pos Indonesia Kantor Pos Medan. *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah. Sumatera Utara Medan.
- Robbins, dan Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Syahputra, Rizky. 2019. Pengaruh Komunikasi Dan Kepuasan Kerja

## **PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *OUTLET* STARBUCKS**

Putu Lady Octaviana Paradilla<sup>1</sup>, Anak Agung Putu Agung<sup>2</sup>, Ni Putu Cempaka Dharmadewi  
Atmaja<sup>3</sup>  
*Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar*  
dianalady168@gmail.com

### Abstrak

Produk kopi di gerai Starbucks di Kota Badung khususnya sudah dikenal oleh berbagai kalangan, hal ini terjadi karena padatnya aktivitas masyarakat di Kota Badung. Meski di Kota Badung cukup banyak gerai kopi sejenis dengan harga yang lebih terjangkau, namun kenyataannya peminat kopi Starbucks dapat dilihat dari cara Starbucks memfasilitasi pelanggan dengan kebutuhan yang mengarah pada kebutuhan elit, kenyamanan, dan keakraban yang membuat pelanggan merasa di rumah. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk di gerai Starbucks Dewata Coffee Sanctuary. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung coffee shop yang melakukan pembelian di gerai Starbucks Dewata Coffee Sanctuary. Sampel dalam penelitian ini adalah 110 konsumen Starbucks Dewata Coffee Sanctuary yang pernah melakukan transaksi pembelian di gerai Starbucks Dewata Coffee Sanctuary selama setahun terakhir. Sampel ditentukan berdasarkan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk di gerai Starbucks Dewata Coffee Sanctuary.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Gaya Hidup, Citra Merek, Kedai Kopi

### Abstract

*Coffee products at Starbucks outlets in Badung City in particular are well known by various groups, this happens because of the density of community activities in Badung City. Although there are quite a few similar coffee outlets with more affordable prices in Badung City, the reality is that Starbucks coffee demanders can be seen from the way Starbucks facilitates customers with needs that lead to the needs of the elite, comfort, and intimacy that makes customers feel at home. This study was conducted with the aim of knowing the effect of lifestyle and brand image on product purchasing decisions at the Starbucks Dewata Coffee Sanctuary outlet. The research population is all coffee shop visitors who make purchases at the Starbucks Dewata Coffee Sanctuary outlet. The sample in this study was 110 consumers of Starbucks Dewata Coffee Sanctuary who had made a purchase transaction at the Starbucks Dewata Coffee Sanctuary outlet for the past year. The sample was determined based on the purposive sampling method. The analytical technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that lifestyle and brand image have a positive effect on product purchasing decisions at the Starbucks Dewata Coffee Sanctuary outlet.*

**Keywords:** Purchase Decision, Lifestyle, Brand Image, Coffee Shop

## PENDAHULUAN

Sebagai salah satu daerah pariwisata, Bali atau yang sering disebut sebagai Pulau Dewata identik dengan tempat tujuan wisata yang diminati baik turis lokal maupun mancanegara. Sebagai pendukung sektor pariwisata yang pertumbuhannya semakin pesat dari tahun ketahun, sehingga sangat mudah untuk menemukan *coffee shop* lokal maupun merek *coffee shop* internasional di setiap sudut Pulau Bali terutama pada daerah pariwisata, seperti Kuta, Seminyak, Canggu, Tanah Lot dan Ubud. Salah satu merek *coffee shop* internasional yang banyak di jumpai di Bali yaitu Starbucks *Coffee*. Starbucks *Coffee* (Starbucks Corporation) adalah sebuah perusahaan kopi dan jaringan outlet kopi global asal Amerika Serikat yang berkantor pusat di Seattle, Washington. Starbucks adalah perusahaan outlet kopi terbesar di dunia dengan 31.256 outlet di negara, diantaranya lebih dari 400 outlet tersebar di seluruh Indonesia. di Bali, outlet Starbucks pertama kali berdiri pada tahun 2004 yang terletak pada Hard Rock Hotel Bali dan merupakan outlet kedua di Indonesia, dan hingga saat ini telah berdiri 28 outlet Starbucks yang tersebar di daerah Badung, Denpasar, Tabanan dan Gianyar.

Produk kopi pada outlet Starbucks di Kota Badung pada khususnya sudah sangat dikenal oleh berbagai macam kalangan, hal itu terjadi karena adanya padatnya aktivitas masyarakat di Kota Badung, meskipun keberadaan gerai kopi serupa dengan harga yang lebih terjangkau di Kota Badung cukup banyak, namun kenyataannya peminta kopi Starbucks terlihat dari cara Starbucks memfasilitasi para pelanggan dengan kebutuhan yang mengarah pada kebutuhan kaum elit, kenyamanan, serta keakraban yang membuat betah para pelanggan. Hal tersebut mendorong konsumen untuk memutuskan untuk membeli produk baik itu minum kopi atau menu lainnya yang ditawarkan pada Starbucks *Coffee*.

Kebutuhan dari konsumen dapat mendorong atau memotivasi seseorang untuk melakukan pembelian barang ataupun jasa yang dapat memberikan kepuasan. Keputusan pembelian barang ataupun jasa dapat memberikan kepuasan. Menurut Kotler dalam Aisyah (2017), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah gaya hidup. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya, dkk. (2018) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Secara umum, gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas,

minat, dan opininya (Kotler dan Armstrong dalam Kuinang, 2018). Gaya hidup konsumen adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya

Selain gaya hidup, faktor citra merek juga dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan adanya suatu merek, maka akan menunjukkan citra, nama dan kualitas produk, cara konsumen menjalankan bisnis, dan bagaimana produsen meyakinkan konsumennya. Menurut Kotler (2006:268), citra merek (*brand image*) adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. Citra merek dapat menentukan titik perbedaan yang mengindikasikan suatu merek lebih dikenal dibandingkan dengan alternatif merek lain dalam satu kategori produk. Merek dibentuk oleh persepsi konsumen dan persepsi konsumen berperan penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

Menurut penelitian Adiguna (2019), permasalahan yang muncul terkait dengan variabel penelitian yang digunakan diantaranya gaya hidup yaitu banyak konsumen yang memutuskan untuk beralih ke produk pesaing. Hal ini disebabkan karena Starbucks Dewata *Coffee Sanctuary* kurang melakukan inovasi terhadap menu yang ditawarkan meskipun fasilitas dan lingkungannya sangat nyaman, tetapi bagi konsumen lokal apabila konsep outlet tidak di-*update* kekinian sesuai dengan *trend* yang sedang berkembang, maka hal tersebut cenderung mengurangi minat konsumen untuk membeli meskipun perusahaan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan kopi yang berkualitas. Dari sisi citra merek, kini sudah bermunculan merek *outlet* kopi lokal seperti J'Co *Donuts and Coffee*, Conatto Café, dan lain-lain, sebagai alternatif bagi konsumen untuk menikmati kopi dengan pelayanan yang jauh lebih baik. Produk yang dijual pun serupa mulai dari menu kopi, makanan dan *merchandise* semuanya memiliki kemiripan dengan apa yang ditawarkan pada Starbucks *Coffee* dan harganya juga lebih murah, sehingga mengurangi keunikan citra merek Starbucks *Coffee*.

Berdasarkan landasan teori, hasil penelitian terdahulu, serta fenomena yang terjadi di perusahaan, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi mengenai gaya hidup, citra merek dan keputusan pembelian melalui sebuah penelitian dengan judul "Pengaruh Gaya hidup dan Citra merek terhadap Keputusan pembelian Produk Kopi pada outlet Starbucks Dewata *Coffee Sanctuary*".

## TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Self-Congruity Theory*

*Self-Congruity* dapat diartikan sebagai sejauh mana kecocokan merek terhadap kepribadian dan konsep diri (Klipfel, *et al.*, 2014). Menurut teori *self-congruity*, orang memilih untuk membeli dan menggunakan barang dan jasa yang memiliki citra sesuai dengan citra diri mereka sendiri. Dengan melakukannya, memungkinkan konsumen untuk dapat memperkuat identitas diri sendiri, pandangan pribadi tentang diri sendiri. Dengan memegang sikap positif terhadap dan membeli merek yang dianggap serupa dengan konsep diri, konsumen mencapai konsistensi diri. Banyak penelitian tentang perilaku konsumen telah menunjukkan bahwa *self-congruity* adalah kesesuaian antara citra diri konsumen dan citra pengguna yang terkait dengan barang, atau layanan tertentu (Bauer, *et al.*, 2006).

*Self-congruity* terbukti menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku pasca pembelian yaitu kepuasan. Menurut teori sikap fungsional, satu dari motif penting bagi pelanggan dalam perilaku pembelian konsumen adalah untuk memperkuat dan mengekspresikan nilai-nilai yang penting bagi konsumen (Sirgy, *et al.*, 2000). Ketika pelanggan mengidentifikasi bahwa citra toko (store image) kongruen dengan citra diri (self-image), setuju bahwa toko dapat mewakili identitas diri, dan dengan demikian kepuasan akan terbentuk.

### **Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Keller (2008:166), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan mengonsumsi, maupun menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan keputusan yang menyusul (Sangadji dan Sopiah, 2013:9). Menurut Kotler (2008:166-187), perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2009:184), keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku *alternative* dan memilih satu di antaranya. Menurut Kotler & Keller (2009:184), proses pengambilan keputusan adalah sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian

informasi, evaluasi alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian.

### **Gaya Hidup**

Menurut Kotler dan Keller (2016:309), gaya hidup adalah cara ekspresi yang bersifat dasar dan unik yang muncul dalam bidang usaha manusia. Adler dalam Priansa (2017:78) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang, *entertainment*, dan cara berbusana. Terdapat beberapa jenis gaya hidup, diantaranya gaya hidup mandiri, gaya hidup modern, gaya hidup sehat, gaya hidup hedonis, gaya hidup hemat, gaya hidup bebas, gaya hidup metropolitan, dan gaya hidup AIO.

### **Citra Merek**

Merek adalah simbol seluruh informasi yang berkait dengan produk atau jasa. Merek biasanya terdiri dari nama, logo dan seluruh elemen visual lain seperti gambar, tipografi, warna dan simbol. Merek juga merupakan visualisasi dari citra yang ingin ditanamkan di benak konsumen (Sudaryono:2016). Citra merek menurut Sudaryono (2016) adalah citra yang dibangun dalam alam bawah sadar konsumen melalui informasi dan ekspektasi yang diharapkan melalui produk atau jasa. Citra merek dibangun dengan memasukan kepribadian atau citra ke dalam produk atau jasa, untuk kemudian dimasukan ke alam bawah sadar konsumen. Merek merupakan salah satu elemen penting dalam tema periklanan, untuk menunjukkan apa yang bisa diberikan oleh pemilik merek kepada pasar.

### **Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian**

Chan, dkk. (2013) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan Sumarwan (2014) menunjukkan bahwa gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, opinions*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya. Dkk. (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>1</sub>: Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Starbucks Dewata Coffee Sanctuary**

### **Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian**

Menurut Setyaningrum, dkk. (2014:6) citra merek mengindikasikan suatu hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian. Semakin baik citra merek yang dirasakan konsumen, maka keputusan pembelian konsumen semakin meingkat. Menurut Hasan (2013:215), tingkat kesadaran merek yang tinggi dan citra positif diyakini akan meningkatkan kemungkinan produk untuk dipilih dan mengurangi kerentanan terhadap kekuatan-kekuatan kompetitif. Menurut Setiadi (2003), citra merek adalah representasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>2</sub>: Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Starbucks Dewata Coffee Sanctuary**

### **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian ini dilakukan di *outlet Starbucks Dewata Coffee Sanctuary* daerah Seminyak di Jalan Sunset Road No. 77, Seminyak, Kuta, Kabupaten Badung. Objek penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi dengan gaya hidup, citra merek dan keputusan pembelian pada *outlet Starbucks Dewata Coffee Sanctuary*. Variabel dalam penelitian ini ada dua, diantaranya: variabel bebas (independen) yaitu gaya hidup (X1) dan citra merek (X2); serta variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y).

#### **Definisi Operasional Variabel**

##### **Gaya Hidup**

Gaya hidup terkait dengan bagaimana konsumen Starbucks menggunakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu mereka untuk membeli Starbucks. Indikator dari gaya hidup yaitu aktivitas (*activity*), minat (*interest*), dan opini (*opinion*).

##### **Citra Merek**

Citra merek merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek tersebut. Indikator dari citra merek menurut Kotler dan Armstrong dalam Pratiwi (2017:29) yaitu kekuatan merek (*strengthness*), keunikan merek (*uniqueness*), dan keunggulan merek (*favourable*).

##### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah keputusan yang dihasilkan dari adanya stimuli yang mampu menguatkan pengalaman dimasa lalu selama proses

pencarian informasi dari pengalaman masa lalu konsumen, sehingga dapat membedakan informasi yang menguatkan atau melemahkan keputusan yang dipilih. Indikator dari keputusan pembelian yaitu konsumen melakukan pembelian produk Starbucks sesuai kebutuhan, konsumen melakukan pembelian produk Starbucks sesuai waktu yang tersedia, konsumen melakukan pembelian produk Starbucks karena ada informasi atas penawaran dari orang lain, serta konsumen melakukan pembelian produk Starbucks kembali di *outlet* yang tersedia.

#### **Penentuan Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung coffee shop yang melakukan pembelian di *outlet Starbucks Dewata Coffee Sanctuary*. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui (*infinite population*), sehingga salah satu jenis dari metode *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel dari penelitian ini sebesar 110 orang yang berasal dari konsumen Starbucks Dewata *Coffee Sanctuary* yang pernah melakukan transaksi pembelian pada *outlet Starbucks Dewata Coffee Sanctuary* selama satu tahun terakhir.

#### **Teknik Analisis Data**

##### **Uji Instrumen**

###### 1. Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Untuk menguji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis dengan format *pearson correlation* melalui program komputer SPSS. Menurut Sugiyono (2017), apabila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya diatas 0.30, maka instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dinyatakan valid.

###### 2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017:199). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,70 (Ghozali, 2018:46).

#### **Uji Asumsi Klasik**

###### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013:154). Metode yang dipakai untuk mengetahui kenormalan model regresi adalah *one sample kolmogorov-smirnov test*. Distribusi data dinyatakan normal apabila nilai signifikan dari *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* > 0.05.



## 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2009), uji multikolinieritas bertujuan untuk membuktikan atau menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 atau *tolerance value* > 0,10, maka berarti tidak terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2009) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan metode *Glejser Test*. Jika nilai signifikansi variabel independen > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk pada outlet Starbucks Dewata *Coffee Sanctuary*. Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

Dimana:

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel Gaya hidup

b2 : Koefisien regresi variabel Citra merek

X1 : Gaya hidup

X2 : Citra merek

## Uji Ketepatan Model

### 1. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variabel variabel dependen. Nilai yang mendekati satu berarti variabel variabel independen memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### 2. Uji F

Pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel yang dimasukan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis F dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi < dari 0,05, maka variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

### 3. Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menguji hipotesis t dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi < 0,05,

maka variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, diperoleh masing-masing indikator yang berupa pertanyaan dan pernyataan variabel memiliki nilai *pearson correlation* lebih besar dari r tabel yaitu 0,30 dan bernilai positif; maka indikator yang berupa pertanyaan dan pernyataan layak untuk digunakan karena dinyatakan valid dan telah memenuhi syarat validasi data.

#### 2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, diperoleh nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel yaitu gaya hidup, citra merek, dan keputusan pembelian memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70; maka disimpulkan bahwa semua instrumen sudah reliabel.

## UJI ASUMSI KLASIK

### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94028957
Most Extreme Differences	Absolute	.197
	Positive	.197
	Negative	-.098
Test Statistic		.197
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan Tabel 1 di atas, besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah sebesar 0,197 dan tingkat signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05; sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi telah terdistribusi secara normal dan dapat dilanjutkan untuk analisis selanjutnya.

### 2. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1 (Constant)	1.476	.821		1.798	.075	
X1	.749	.145	.542	5.177	.000	.234 4.281
X2	.423	.131	.337	3.223	.002	.234 4.281

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 2 di atas, nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dibuat tidak terdapat gejala multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 3**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Coefficients\*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.313	.629			3.678	.000
X1	-.053	.111	-.094		-.478	.634
X2	-.042	.101	-.083		-.421	.675

a. Dependent Variable: ABS RES

Berdasarkan Tabel 3 di atas, terlihat bahwa tidak ada pengaruh variabel independen terhadap absolute residual yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi dari setiap variabel yang diuji lebih dari 0,05. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan.

### Regresi Linier Berganda

**Tabel 4**  
Rekapan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda  
Coefficients\*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.476	.821			1.798	.075
X1	.749	.145	.542		5.177	.000
X2	.423	.131	.337		3.223	.002
F hitung					142.135	
Signifikansi F					.000	
R					.825	
R Square					.727	
Adjusted R Square					.721	

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 4 di atas, diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = 1,476 + 0,749 X1 + 0,423 X2$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- X1 = Gaya Hidup
- X2 = Citra Merek

Berdasarkan model regresi berganda yang terbentuk, dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut:

#### 1) Konstanta

Nilai konstanta diperoleh sebesar 1,476 artinya apabila kedua variabel independen yaitu gaya hidup dan citra merek dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel dependen, yaitu keputusan pembelian adalah sebesar 1,476.

#### 2) Gaya Hidup

Nilai koefisien untuk variabel gaya hidup sebesar 0,749 dengan tingkat signifikansi 0,000

dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa, apabila gaya hidup naik satu-satuan, maka nilai keputusan pembelian akan naik sebesar 0,749 satuan, dengan asumsi variabel lainnya yaitu citra merek konstan.

#### 3) Citra Merek

Nilai koefisien untuk variabel citra merek sebesar 0,423 dengan tingkat signifikansi 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa, apabila citra merek naik satu-satuan, maka nilai keputusan pembelian akan naik sebesar 0,423 satuan, dengan asumsi variabel lainnya yaitu gaya hidup konstan.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan Tabel 4 di atas, diperoleh nilai *R Square* (R<sup>2</sup>) sebesar 0,727 atau 72,7%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian sudah mampu dijelaskan oleh gaya hidup dan citra merek sebesar 72,7%; sedangkan sisanya sebesar 27,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

### Uji F

Berdasarkan Tabel 4 di atas, diperoleh nilai *F* hitung sebesar 142,135 dengan signifikansi sebesar 0,000; dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa gaya hidup dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan model layak digunakan untuk uji selanjutnya (model fit dengan data).

### Uji t

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat diketahui bahwa:

#### (1) Gaya Hidup

Hasil pengujian menunjukkan variabel gaya hidup memiliki nilai *t* hitung sebesar 5,177 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sehingga H1 diterima.

#### (2) Citra Merek

Hasil pengujian menunjukkan variabel citra merek memiliki nilai *t* hitung sebesar 3,223 dengan tingkat signifikansi 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sehingga H2 diterima.

#### Pembahasan

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian

Hipotesis pertama menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Starbucks Dewata Coffee Sanctuary. Hasil pengujian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,

sehingga H1 diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi gaya hidup konsumen, maka keputusan pembelian produk Starbucks juga akan meningkat. Hal ini terjadi karena konsumen yang sudah terbiasa dengan gaya hidup yang kekinian dan selalu ingin mengikuti trend akan menganggap bahwa membeli produk Starbucks adalah suatu keharusan. Mereka berasumsi bahwa produk Starbucks yang dibeli akan meningkatkan eksistensi, sehingga mereka merasa lebih percaya diri dan menganggap dirinya keren. Meskipun harga produk Starbucks bisa dikatakan tidak murah, tetapi keinginan konsumen untuk membeli produk Starbucks lebih besar dikarenakan gaya hidup yang serba mewah. Dengan gaya hidup yang harus dituruti itu, konsumen akan memilih membeli produk Starbucks daripada produk dari brand kopi lain, sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian produk Starbucks Dewata Coffee Sanctuary. Sebaliknya, konsumen dengan gaya hidup yang rendah atau bisa dibilang berhemat, tentunya jarang membeli produk Starbucks karena merasa harganya mahal dan menilai bahwa masih banyak brand kopi lain yang menjual kopi dengan cita rasa yang tidak kalah enak, namun dengan harga yang lebih terjangkau. Dengan demikian, gaya hidup yang rendah, akan menurunkan keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chan, dkk. (2013), Sumarwan (2014) dan Wijaya, dkk. (2018) yang memperoleh hasil bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian

Hipotesis kedua menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada Starbucks Dewata Coffee Sanctuary. Hasil pengujian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga H2 diterima. Hal ini berarti, semakin baik citra merek dimata konsumen, maka keputusan pembelian produk Starbucks juga akan meningkat. Citra merek Starbucks yang bagus akan mengundang konsumen untuk membeli produknya. Konsumen yang merasakan kesan positif setelah membeli produk Starbucks Dewata Coffee Sanctuary tentunya akan memutuskan untuk membeli kembali produk Starbucks. Mereka menaruh kepercayaan produk yang dijual di Starbucks Dewata, sehingga keputusan pembelian ikut meningkat. Citra Starbucks di mata konsumen sudah terkenal dengan produknya yang berkualitas, sehingga kesan positif itu akan membuat konsumen loyal dan tertarik untuk terus-menerus membeli produk Starbucks. Sebaliknya, apabila citra merek suatu bisnis buruk, maka keputusan pembelian akan menurun. Hal ini terjadi karena konsumen merasa

ragu untuk membeli produk tersebut. Konsumen khawatir produk yang dibeli tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan, sehingga akan berdampak pada menurunnya keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuinang, dkk. (2018), Petrus (2018), serta Wijayanti dan Suharti (2018) yang memperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk pada outlet Starbucks. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa:

1. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada outlet Starbucks. Hal ini berarti, semakin tinggi gaya hidup konsumen, maka keputusan pembelian produk Starbucks akan meningkat.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada outlet Starbucks. Hal ini berarti, semakin bagus citra merek di mata konsumen, maka keputusan pembelian produk Starbucks akan meningkat.

### Saran

Berdasarkan simpulan yang dipaparkan sebelumnya, saran yang dapat peneliti berikan yaitu:

1. Pihak Starbucks Dewata Coffee Sanctuary sebaiknya melakukan inovasi terhadap menu yang dimiliki, sehingga akan membuat citra merek berbeda dari merek kopi lainnya. Selain itu, pihak Starbucks Dewata juga harus lebih giat memberikan promo-promo menarik untuk menarik konsumen agar membeli produk Starbucks Dewata. Kemudian, fasilitas yang ada di Starbucks Dewata sudah cukup bagus, sehingga pihak Starbucks Dewata harus senantiasa merawat fasilitas yang ada agar konsumen merasa nyaman berada di lokasi Starbucks Dewata.
2. Peneliti juga memberikan saran kepada peneliti selanjutnya. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), persentase pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 72,7%, sedangkan sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel independen lain yang sekiranya dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya harga, promosi, ataupun kualitas produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, B. 2012. Tahun 2012. Pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap pengambilan keputusan pembelian mobil toyota kijang innova pada pt. hadji kalla cabang polman. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin Makasar.
- Alvi, N. K. 2019. Pengaruh Gaya hidup dan Store Atmosphere terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada konsumen *Starbucks Coffee* Mall Ciputra Jakarta Barat. *Skripsi*. Universitas Esa Unggul.
- Dessy, A. F. 2012. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Eka, Agustina. 2017. Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap Keputusan pembelian One Push Vape di Kecamatan Kertosono *Skripsi*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Erlita, P., dan Rina, A. 2016. Pengaruh citra merek dan Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian produk tas branded tiruan pada wanita karir di Jakarta. *Jurnal Ilmiah*. Hal-630.
- Gancar, C. P. 2007. *Progress dalam Model Pengambilan Keputusan Konsumen*. Makalah Ekonomi.
- Hafiz, M. N, dan Hufron, M. 2014. Pengaruh Gaya hidup dan Merek terhadap Keputusan pembelian Handphone Samsung di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Akuntansi (JEMA)*, Vol.12, No.1.
- Herza, Fikril. 2018. Pengaruh Self-Congruity dan perceived congruence terhadap sponsor brand equity. *Skripsi*. Universitas Trisakti.
- Kotler, dan Amstrong, 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi kesembilan terjemahan Wisnu Chandra Kristiaji. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin, L. K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Michelli, Joseph. (2006). *The Starbucks Experience*. Jakarta: Esensi.
- Petrus, Napitupulu, 2018. Pengaruh Citra merek, Harga dan Gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan pada *Starbucks* focal point medan. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Shyntia, D. P. 2017. Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk dan Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian Iphone. *Skripsi*.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti. 2020. Pengaruh Citra merek, Harga, Gaya hidup, dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen pada *Starbucks Coffee* cabang Kota Jambi. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi.

## **PENGARUH VARIASI PRODUK, *STORE ATMOSPHERE*, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV MUTIARA PERMAI CANTIKA GIANYAR**

**Kadek Mia Erika Putri<sup>1</sup>, Anak Agung Putu Agung<sup>2</sup>, Ni Putu Cempaka<sup>2</sup>, Dharmadewi Atmaja<sup>3</sup>**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar Email:  
[miaerika57@gmail.com](mailto:miaerika57@gmail.com)**

### Abstrak

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan yang ada. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk variasi produk, suasana toko, dan persepsi harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, suasana toko, dan persepsi harga baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini termasuk penelitian survei dengan instrumen kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV Mutiara Permai Cantika Gianyar yang pernah melakukan pembelian. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden ditentukan dengan teknik purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa: (1) Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (2) store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. (3) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. variasi produk, suasana toko, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Besarnya pengaruh variasi produk, suasana toko, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen (adjusted R<sup>2</sup>) adalah sebesar 26%. Variasi kelengkapan produk dan merek produk perlu ditingkatkan sebagai strategi pemasaran dengan tidak lupa memperhatikan quality control agar produk yang dipasarkan tetap produk yang berkualitas sehingga tidak mengecewakan konsumen. store atmosphere perlu ditingkatkan agar konsumen dapat merasa nyaman saat melakukan pembelian sehingga dapat mendorong keputusan pembeliannya. Penetapan harga harus disesuaikan dengan persepsi konsumen atas pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat suatu produk dan kemampuan konsumen untuk membeli, sehingga nantinya dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Kata kunci: variasi produk, suasana toko, persepsi harga, keputusan pembelian konsumen

### Abstract

*Purchasing decisions are thoughts in which individuals evaluate various choices on a product from the many choices that exist. Purchase decisions are influenced by many factors including product variations, store atmosphere, and price perceptions. This study aims to determine the effect of product variations, store atmosphere, and price perceptions either partially or simultaneously on consumer purchasing decisions. This research is categorized as a survey research using a questionnaire as an instrument. The population in this study were CV Mutiara Permai Cantika Gianyar consumers who had made a purchase. Samples were taken as many as 100 respondents determined by purposive sampling technique. The analytical tool used is multiple linear regression analysis. The results of this study found that: (1)*

*Product variation has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. (2) store atmosphere has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. (3) Price perception has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. product variations, store atmosphere, and price perceptions simultaneously have a positive effect on consumer purchasing decisions. The magnitude of the influence of product variations, store atmosphere, and price perceptions on consumer purchasing decisions (adjusted R<sup>2</sup>) is 26%. Variations in product completeness and product brands need to be improved as a marketing strategy by not forgetting to pay attention to quality control so that the products marketed remain quality products so they do not disappoint consumers. store atmosphere needs to be improved so that consumers can feel comfortable when making purchases so as to encourage their purchasing decisions. setting prices must be adjusted to consumer perceptions of the sacrifices made in order to obtain the benefits of a product and the ability of consumers to buy, so that later it can encourage consumers to make a purchase decision.*

*Keywords: product variation, store atmosphere, price perception, consumer purchasing decisions*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi di dunia bisnis. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, gaya hidup, daya beli yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang ketat karena adanya tuntutan keinginan konsumen yang semakin meningkat.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Menurut Tjiptono (2016:22) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen.

Menurut Nurahman dan Utama (2016) menyatakan bahwa faktor-faktor yang membuat keputusan pembelian konsumen yaitu pilihan produk (variasi produk). Dimana konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (Isti Fardisa, dkk, 2016), bahwa variasi produk adalah suatu unit khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau atribut lainnya.

Store atmosphere adalah salah satu faktor yang juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Suasana toko mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembeli. Menurut Kotler (2016:65) Store Atmosphere adalah suasana (atmosphere) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor,

menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di toko tersebut.

Menurut Kotler & Armstrong (2016) mendefinisikan bahwa harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga yang ditawarkan oleh produsen tidak hanya berkaitan dengan produk itu sendiri, akan tetapi juga berkaitan dengan atribut yang melengkapi produk tersebut. Dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, harga merupakan salah satu faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumen tersebut. Seringkali, konsumen memilih produk dengan harga yang paling murah atau terjangkau meskipun kualitas atau manfaat yang didapatkan tidak terlalu memuaskan, akan tetapi tidak jarang pula konsumen memilih produk dengan harga yang mahal karena faktor kualitas dan manfaat yang memuaskan, loyalitas terhadap produk tersebut, dan lain-lain.

CV Mutiara Permai Cantika merupakan toko yang menjual berbagai produk kecantikan dan perawatan kulit (skincare). CV Mutiara Permai Cantika terkenal dengan menjual berbagai variasi produk kecantikan dan perawatan kulit selain itu CV Mutiara Permai Cantika memiliki suasana toko yang cukup nyaman dan lokasi yang strategis. Barang-barang yang dijual bervariasi di mana barang-barang tersebut tersusun rapi dikelompokkan berdasarkan jenis serta setiap barang sudah tertera harga yang lengkap dan terjangkau. CV Mutiara Permai Cantika sendiri saat ini sedang berkembang dan sudah banyak diketahui oleh masyarakat Gianyar ataupun masyarakat luar Gianyar.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu admin pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar,

fenomena yang terjadi pada variasi produk disana ialah kurangnya produk-produk online yang dijual, toko tersebut hanya menjual produk-produk yang sudah laku dipasaran sedangkan produk-produk yang sedang trend di online tidak dijual. Jadi, CV Mutiara Permai hanya menjual produk-produk yang sudah biasa ada dan laku sehingga kurangnya variasi produk pada toko tersebut yang bisa membuat kurangnya kepuasan konsumen ini bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena produk-produk yang mereka cari tidak ada dan tidak sesuai dengan keinginan mereka.

Fenomena yang terjadi pada store atmosphere pada CV Mutiara Permai Cantika ialah pada ruangannya yang tidak memiliki ventilasi udara dan cahaya lampu hiasan yang begitu banyak sehingga membuat konsumen kurang nyaman untuk berbelanja karena merasa panas. Owner berencana untuk menambahkan AC tetapi daya listrik tidak mencukupi karena sudah banyak lampu-lampu hiasan yang memakan daya listrik yang banyak, jadi hanya terdapat beberapa kipas angin dibebberapa dinding dan tempat tertentu. pajangan barang yang kurang rapi dan mudah berdebu membuat konsumen untuk ragu membeli karena dikira barang lama, barang tersebut sudah sering dibersihkan tetapi karna debu yang masuk banyak membuat barang tersebut kelihatan sudah lama.

Fenomena yang terjadi pada persepsi harga pada CV Mutiara Permai Cantika adalah harga-harga yang dijual lebih mahal dari pada toko-toko pesaing yang lainnya. Tetapi owner memakai trick dengan cara mengadakan diskon khusus dan diskon member. Jika memakai promo khusus maka harga yang dikenakan adalah harga HET dipotong besaran diskon dan jika menggunakan diskon member harga yang dikenakan juga HET ( Harga Eceran Tertinggi) dikurangi diskon 10% untuk menarik konsumen agar tertarik berbelanja dan mencari pelanggan maka konsumen harus membuat member untuk mendapatkan potongan khusus untuk setiap harinya berbelanja ke toko. Jika mengada promo khusus yang lebih besar itu sudah diklaim diperusahaan-perusahaan tersebut untuk mengadakan program. Jika sudah ada promo yang lebih besar maka member sudah tidak berlaku karena jika menggunakan member otomatis sistem akan double diskon. Sehingga konsumen merasa toko tersebut terlihat sangat murah dan ramai dikunjungi konsumen karena owner memakai suatu trick.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dalam penelitian ini diambil judul “ Pengaruh Variasi Produk, *Store Atmosphere*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar”.

Dari latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar.? Apakah store atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar? Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar?

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan : Untuk mengetahui pengaruh dari variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen di CV Mutiara Permai Cantika Gianyar. Untuk mengetahui pengaruh dari store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen di CV Mutiara Permai Cantika Gianyar.

Untuk mengetahui pengaruh dari persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen di CV Mutiara Permai Cantika Gianyar.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Teori Perilaku Konsumen**

Menurut Harman Malau (2017:217) perilaku konsumen merupakan tingkah laku tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk kepuasan. Pengertian tersebut serupa dengan Kotler dan Keller (2016:179), yaitu perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana tindakan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Konsep pendekatan perilaku konsumen mengajarkan agar pemasar cenderung memiliki orientasi lebih kepada pelanggan (consumer-driven orientation) dan bukan hanya sekedar menjual apa yang diproduksi perusahaan (sales-oriented approach).

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. Indikator-indikator dari keputusan pembelian menurut Kotler (2016) yaitu Mengenali Kebutuhan, Mencari Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Membeli, Perilaku Pembelian

### **Variasi produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:358) mengatakan bahwa variasi produk merupakan

kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang ditawarkan, karena dengan adanya keragaman produk akan memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memilih dan melakukan keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Indikator Variasi Produk menurut Utami (2017:116) yaitu : Variasi Kelengkapan Produk, Variasi Merek Produk, Variasi Ukuran Produk, Variasi Kualitas Produk

### Store Atmosphere

Kotler dan Keller (2016:561) menyatakan store atmosphere adalah gambaran suasana keseluruhan dari sebuah toko yang diciptakan oleh elemen fisik (eksterior, interior, layout, display) dan elemen psikologis (kenyamanan, pelayanan, kebersihan, ketersediaan barang, kreatifitas, promosi, teknologi). Indikator store atmosphere menurut Barry dan Evans dalam jurnal Vitaanissa (2016:475) yaitu : Eksterior (bagian depan toko), General Interior, Store Layout (tata letak), Interior Display

### Persepsi Harga

Menurut Samsul Ramli dalam jurnal Mardiasih (2019) persepsi harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. Indikator harga menurut Kotler dalam jurnal Aptaguna dan Pitaloka (2016:52) yaitu : Keterjangkauan Harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk dan layanan, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat

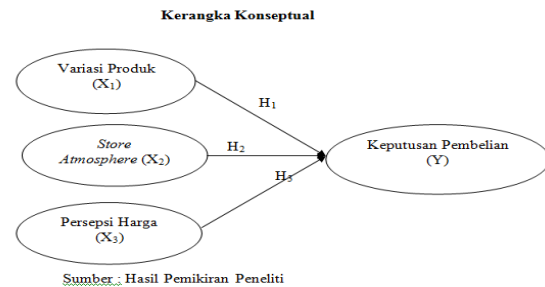
### HIPOTESIS

- H1: Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- H2 : Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- H3: Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di CV Mutiara Permai Cantika Gianyar. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah variasi produk, store atmosphere, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar. Penelitian ini menggunakan nonprobability sampling. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85). Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100

responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan kuesioner. teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan alat analisis yaitu regresi linier berganda dan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS version 25 for windows, hal ini dilakukan untuk mempermudah perhitungan.



Gambar 3

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil pengujian validitas memiliki nilai koefisien korelasi lebih besar dari 0,30 sehingga semua indikator dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian yang digunakan adalah reliabel, karena memiliki koefisien reliabilitas (alpha cronbach) lebih besar dari 0,70. Dengan demikian variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Hasil uji normalitas memiliki tingkat signifikansi variable 0,076 atau > 0,05 sehingga dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas sehingga memungkinkan untuk dilakukan uji lebih lanjut.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dengan kata lain, tidak terjadi multikolinearitas, jadi nilai tolerance untuk variabel Variasi Produk, Store Atmosphere, Dan Persepsi Harga secara berturut-turut sebesar 0,609, 0,975 dan 0,616. Nilai VIF dari variable diatas secara berturut-turut sebesar 1.641, 1,026 dan 1,623 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari



persoalan multikolinearitas karena memiliki nilai Tolerance diatas 10% (0,1) dan nilai VIF dibawah 10.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dari hasil penelitian ini bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dari model regresi yang digunakan karena signifikansi setiap variabel bebas lebih dari taraf nyata ( $\alpha$ ) yaitu 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear berganda adalah suatu analisis untuk mengetahui pengaruh secara simultan dari Variasi Produk, *Store Atmosphere*, Dan Persepsi Harga, terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari analisis regresi linier berganda disajikan pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Keterangan	B	t-test	Sig
(1)	(2)	(3)	(4)
Konstanta	6,629	2,342	0,000
Variasi Produk	0,272	2,097	0,000
<i>Store Atmosphere</i>	0,092	2,225	0,003
Persepsi Harga	0,294	2,585	0,000
Nilai R	0,531		
Nilai R <sup>2</sup>	0,260		
F-test	12,581		
N	100		

Sumber: IBMSPSS 25 for Windows, 2021

Berdasarkan tabel 4 tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda berikut :  $Y = 6,629 + 0,272X_1 + 0,092X_2 + 0,294X_3$  Dari persamaan diatas dapat dimaknai sebagai berikut: a = 6,629 artinya apabila semua variabel bebas bernilai konstan, maka Keputusan Pembelian mempunyai nilai yang sama dengan konstantanya yaitu sebesar 6,629.

b1 = 0,272 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel Variasi Produk, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian dengan asumsi variabel bebas lain adalah konstan. Hal ini menunjukkan Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

b2 = 0,092 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel *Store Atmosphere*, maka akan diikuti peningkatan Keputusan Pembelian dengan asumsi variabel bebas lain adalah konstan. Hal ini menunjukkan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

b3 = 0,294 artinya apabila terjadi peningkatan satu satuan pada variabel Persepsi Harga, maka diikuti dengan peningkatan Keputusan Pembelian dengan

asumsi variabel bebas lain adalah konstan. Hal ini menunjukkan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### Hasil Uji F

Analisis ini diduga untuk menguji korelasi untuk menguji kelayakan model antara tiga variabel bebas terhadap suatu variabel terikat secara bersama-sama. Dari hasil F-hitung sebesar 12,581 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha = 5\%$  atau 0,05. Untuk itu model yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan layak.

### Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi yaitu suatu analisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan dari Variasi Produk, *Store Atmosphere*, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang dinyatakan dalam prosentase dari Tabel 4.1 diperoleh nilai R square sebesar 0,260. Hal ini berarti sebesar 26% Keputusan Pembelian pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar dipengaruhi oleh Variasi Produk, *Store Atmosphere*, dan Persepsi Harga. Sedangkan sisanya sebesar 74% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji t

Untuk menguji nyata tidaknya pengaruh variabel *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian maka dilakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,272 dan signifikansi= 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis-1 (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Variasi Produk pada perusahaan CV Mutiara Permai Cantika Gianyar maka diikuti dengan peningkatan Keputusan Pembelian tersebut.

*Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,092 dan signifikansi=0,003 atau lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis-2 (H2) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Store Atmosphere* yang dimiliki oleh CV Mutiara Permai Cantika Gianyar maka diikuti dengan peningkatan Keputusan Pembelian di perusahaan tersebut.

Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,294 dan signifikansi = 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis-3 (H3) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik Persepsi Harga

di toko tersebut maka diikuti dengan peningkatan Keputusan Pembelian tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Variasi Produk Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

Variabel Variasi Produk dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa Variasi Produk pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar memiliki peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi variasi produk maka diikuti dengan peningkatan variasi pembelian konsumen. Artinya jika CV Mutiara Permai Cantika Gianyar menjual produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan berbelanja di CV Mutiara Permai Cantika karena sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen. Jika CV Mutiara Permai Cantika Gianyar menjual merek produk yang bervariasi, maka konsumen akan berbelanja di CV Mutiara Permai Cantika karena konsumen selalu mencari informasi mengenai produk-produk yang ada maupun terbaru.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setianingsih (2016) yang menyimpulkan bahwa Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Semakin banyak keragaman produk pada suatu toko, maka semakin besar dorongan konsumen untuk melakukan pembelian pada toko tersebut. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar dipengaruhi oleh variasi produk.

### **Store Atmosphere Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

Variabel store atmosphere dinyatakan memiliki pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Hal ini berarti bahwa store atmosphere pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar memiliki peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi store atmosphere maka diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian konsumen. Artinya jika CV Mutiara Permai Cantika Gianyar memasang papan nama yang jelas, maka konsumen akan berbelanja di CV Mutiara Permai Cantika sebagai pilihan alternatif konsumen. Jika CV Mutiara Permai Cantika Gianyar menawarkan kesesuaian antara pengaturan interior display sehingga memberi kemudahan dan nyaman

dalam berbelanja, maka konsumen akan merasa puas berbelanja di CV Mutiara Permai Cantika Gianyar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Winmarsyah dan Fuadati (2017). Adanya pengaruh dari variabel Harga, Lokasi, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Garlick Store Surabaya., yang menyimpulkan Store Atmosphere yang meliputi exterior, general interior, store layout, dan interior display baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Store Atmosphere mampu mempengaruhi kenikmatan, menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan pada konsumen, sehingga semakin baik pengelolaan store atmosphere maka semakin baik pula persepsi konsumen atas store atmosphere tersebut dan semakin besar pula dorongan konsumen untuk melakukan pembelian di toko tersebut. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar dipengaruhi oleh store atmosphere.

### **Persepsi Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**

Variabel persepsi harga dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa harga pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar memiliki peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi harga maka diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian konsumen. Artinya jika CV Mutiara Permai Cantika Gianyar menawarkan harga yang terjangkau dan sebanding dengan manfaat produk, maka berbelanja di CV Mutiara Permai Cantika merupakan pilihan alternatif konsumen untuk memenuhi kebutuhan. Jika CV Mutiara Permai Cantika Gianyar menawarkan kualitas produk yang terjamin dan pelayanan yang sesuai dengan harga, maka konsumen memilih CV Mutiara Permai Cantika Gianyar merupakan keputusan yang tepat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Setianingsih (2016) yang berjudul "Persepsi Harga, Keragaman Produk, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)". Hasil penelitian menunjukkan variabel Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penetapan harga yang tepat pada suatu toko dan dapat diterima oleh konsumen mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian pada toko tersebut. Dengan demikian, dapat diketahui

bahwa keputusan pembelian konsumen pada CV Mutiara Permai Cantika Gianyar dipengaruhi oleh persepsi harga.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- b Store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- c Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- d Variasi Produk, Store Atmosphere, dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini masih mempunyai beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut : Sampel dan objek pada penelitian ini hanya terbatas pada konsumen CV Mutiara Permai Cantika Gianyar saja. Dikarenakan adanya keterbatasan waktu dan biaya dari peneliti, alangkah lebih baik jika sampel dapat mewakili masing-masing toko Mutiara Permai yang berada di wilayah Bali. Terdapat faktor selain variasi produk, store atmosphere, dan persepsi harga yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti: promosi, kualitas layanan, lokasi, budaya, sosial, dan psikologis.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, dapat diberikan saran sebagai berikut:

#### **Bagi Perusahaan**

Variasi kelengkapan produk dan merek produk perlu ditingkatkan sebagai suatu strategi pemasaran dengan tidak lupa memperhatikan quality control agar produk yang di pasarkan tetaplah produk yang berkualitas sehingga tidak mengecewakan konsumen. Store atmosphere memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen CV Mutiara Permai Cantika Gianyar. CV Mutiara Permai Cantika perlu menanggapi berbagai keluhan konsumen yang muncul melalui media sosial yang menyangkut store atmosphere, sehingga konsumen dapat merasa nyaman saat melakukan pembelian sehingga mampu mendorong keputusan pembelian mereka. Persepsi Harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen CV Mutiara Permai Cantika Gianyar. Harga yang ditetapkan Mutiara Permai bersaing dengan kompetitornya. Mutiara Permai perlu menetapkan harga yang harus disesuaikan dengan

persepsi konsumen atas pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat dari suatu produk serta kemampuan konsumen untuk membeli, sehingga nantinya dapat mendorong konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian.

#### **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya faktor promosi, kualitas layanan, lokasi, budaya, sosial, dan psikologis, serta menambah kekurangan yang ada pada penelitian ini sehingga makin memperkaya pengetahuan tentang variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat mencoba mengaplikasikan variabel penelitian pada jenis ritel yang lainnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Basu, Swasta. 2008. Manajemen Pemasaran Modren (Edisi Kedua). Yogyakarta: PT Liberty.
- Dewi, Nia Safitri. 2018. Perfoma Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). Skripsi. Semarang: Universitas Stikubank Semarang.
- Fitriyani, Liza., Mulyati, Awin., Andayani, Sri. 2018. Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen ( Kasus Pada Food Coma Daily Cafeteria). *Jurnal of Management*. <http://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/adbis/article/download/2676/225> ( diakses 30 Desember 2020).
- Fitriyanty, Yenny Remita. 2018. Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang. Skripsi. Palembang: Universitas Raden Fatah Palembang.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Galuh Pratiwi, I Gusti Ayu. 2021. Pengaruh Keragaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bina Sejahtera Mart. *Jurnal Values*. Vol 2(1). e-ISSN: 2721-6810.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran (jilid 1). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran (jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller. 2009. Manajemen Pemasaran (jilid 1). Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kasnitiasari, Meita. 2019. Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Circle K Di Ubud. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati. Denpasar.
- Levy & Weitz. 2009. Retailing Management (8th ed.). New York: McGraw-Hill International.
- Mardiasih, Titik Sri. 2019. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar. Jurnal Online. Vol 2(1). ISSN: 2622-6367 (Online).
- Prasetyo, Restu Aji. 2015. Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purnamawati, Ari. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati. Denpasar.
- Sunyoto. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. CAPS:Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Saleh, Hakimi. 2019. Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Fallen Boneka Di Pekanbaru. Skripsi. Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Soliha, Euis. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda. Jurnal Manajemen dan Terapan. Vol 10(1).
- Safitri, Irma. 2019. Pengaruh Store Atmosphere, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Rumah Tangga (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Lin Jaya Plastik di Temanggung). Skripsi. Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran (Edisi Ke Tiga). Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. Manajemen Pemasaran Modren. Liberty. Yogyakarta.
- Wijayasari, Nila. 2018. Pengaruh Brand Image, Kualitas, Persepsi Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sarung Gajah Duduk Di Kabupaten Pekalongan. Diponegoro Journal of Management. Vol 7(2), (1-9). ISSN (Online): 2337-3792. <http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/dbr> (diakses 30 Desember 2020).
- Yuliani, N. K. D., Mitariani, N. W. E., & Atmaja, N. P. C. D. 2021. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Fashion Dewa Ayu Shop Klungkung. Jurnal Emas. Vol 2(1). E-ISSN : 2774-3020.

## **PENGARUH LABA, ARUS KAS, DAN *LEVERAGE* TERHADAP *FINANCIAL DISTRESS* PADA PERUSAHAAN *PROPERTY* DAN *REAL ESTATE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2019**

**Ni Wayan Dewik Suariyani<sup>1</sup>, Agus Wahyudi Salasa Gama<sup>2</sup>, Ni Putu Yeni Astiti<sup>3</sup>**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Mahasaraswati Denpasar  
Email : [dewiksuariyani23@gmail.com](mailto:dewiksuariyani23@gmail.com)

### Abstrak

Setiap perusahaan pasti memiliki fase naik dan turun performa termasuk dari segi keuangan terutama perusahaan yang terkena dampak langsung karena adanya pandemi COVID-19. *Financial distress* adalah peristiwa penurunan kinerja keuangan perusahaan secara terus menerus dalam jangka waktu tertentu. *Financial distress* kerap terjadi pada perusahaan yang tidak mampu lagi atau gagal dalam hal memenuhi kewajiban debitur yang disebabkan karena ketidakcukupan atau kekurangan dana untuk melanjutkan lagi operasional usahanya dan karena adanya kesalahan dalam mengelola keuangan perusahaan. Agar tidak terjadi kebangkrutan maka perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi *financial distress*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh laba, arus kas, dan *leverage* terhadap *financial distress* pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 22 perusahaan *property* dan *real estate* yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa laba dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*, sedangkan arus kas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*. Penelitian selanjutnya diharapkan agar menambahkan variabel lain yang secara teori mempunyai pengaruh terhadap *financial distress* serta penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode pengamatan, serta penulis juga menyarankan, untuk penelitian selanjutnya objek penelitian tidak hanya dilakukan dalam sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI, tetapi juga pada sektor-sektor lainnya.

**Kata Kunci:** Laba, Arus Kas, *Leverage*, *Financial Distress*.

### Abstract

*Every company must have a phase of ups and downs in performance, including in terms of finances, especially companies that are directly affected by the COVID-19 pandemic. Financial distress is an event of a continuous decline in the company's financial performance within a certain period of time. Financial distress often occurs in companies that are no longer able or fail to fulfill debtor obligations due to insufficient or lack of funds to resume business operations and because of errors in managing company finances. In order to avoid bankruptcy, the company needs to pay attention to the factors that affect financial distress. This study aims to analyze and determine the effect of profit, cash flow, and leverage on financial distress in property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research population is all property and real estate companies listed on the IDX in 2017-2019. The sample in this study were 22 property and real estate companies which were determined based on the purposive sampling method. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the*

*study, it shows that profit and leverage have no effect on financial distress, while cash flow has a positive and significant effect on financial distress. Further research is expected to add other variables that theoretically have an influence on financial distress and further research is expected to increase the observation period, and the authors also suggest, for further research the object of research is not only carried out in the property and real estate sector listed on the IDX, but also in other sectors.*

*Keywords: Profit, Cash Flow, Leverage, Financial Distress*

## PENDAHULUAN

Kondisi ekonomi yang sulit diprediksi merupakan salah satu penyebab kebangkrutan bagi perusahaan apabila perusahaan tidak bisa beradaptasi dengan baik. Akibatnya pertumbuhan ekonomi perusahaan akan mengalami penurunan yang nantinya akan merugikan bagi perusahaan. Fenomena yang terbaru saat ini yaitu adalah COVID-19. Bisa dilihat akibat dari fenomena tersebut maka sangat berdampak bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia salah satunya yaitu dengan menurunnya harga saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Dengan berbagai permasalahan yang terjadi maka dapat mengakibatkan masalah kesulitan keuangan yang dialami oleh beberapa perusahaan yang ada di Indonesia, keadaan perusahaan yang mengalami permasalahan tersebut disebut dengan kondisi *Financial Distress*. (www.CNNIndonesia.com diakses pada tanggal 30 September 2020). *Financial distress* terjadi sebelum perusahaan mengalami kebangkrutan, yaitu pada saat perusahaan mengalami kondisi penurunan keuangan yang mengakibatkan kinerja perusahaan terganggu. Tanda-tanda perusahaan mulai mengalami *financial distress* ketika perusahaan sudah tidak mampu lagi melunasi kewajiban-kewajibannya, baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang.

Banyak perusahaan yang telah beroperasi dalam jangka waktu tertentu namun terpaksa untuk bubar atau dilikuidasi karena mengalami beberapa permasalahan salah satunya adalah *financial distress* yang dapat memperbesar kemungkinan terjadinya kebangkrutan, tidak terkecuali pada perusahaan sektor *Property* dan *Real Estate* yang ada di Indonesia. Rendahnya daya beli masyarakat dan semakin mahalnya harga *property* mengakibatkan perlambatan pada investasi sektor *property*. Selama 4 tahun terakhir, kondisi pergerakan perusahaan sektor *property* masih lesu dan lemah, kondisi tersebut dapat dilihat dari perolehan pendapatan penjualan atau marketing sales perusahaan properti yang rata-rata mengalami penurunan. Mengutip dari BEI, pergerakan indeks sektor *property* mengalami penurunan cukup dalam dibandingkan sektor lainnya.

Lemahnya kemampuan daya beli masyarakat membuat investasi properti tidak bergerak. Dengan kata lain, banyak investor yang tidak dapat menjual aset propertinya dengan harga yang lebih tinggi dari posisi beli. (Sumber: www.CNNIndonesia.com diakses pada tanggal 30 September 2020). Selain itu, permasalahan yang terjadi di Indonesia baru – baru ini adalah banyaknya perusahaan yang delisting pada tahun 2017 – 2020. Jika perusahaan sudah delisting maka perusahaan tersebut sudah keluar dari pencatatan pasar modal dan sahamnya tidak dapat lagi diperdagangkan secara publik di Bursa Efek Indonesia. Penyebab dari perusahaan delisting dari Bursa Efek Indonesia yaitu karena kondisi perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif terhadap kelangsungan hidup perusahaan baik secara finansial atau terhadap kelangsungan status perusahaan dan perusahaan tersebut tidak dapat menunjukkan indikasi pemulihan yang memadai. (Sumber: www.idx.go.id diakses pada tanggal 14 Oktober 2020).

Kondisi *financial distress* tentu akan mempengaruhi tujuan utama suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba. Laporan laba rugi disusun dengan maksud untuk menggambarkan hasil operasi perusahaan dalam suatu waktu periode tertentu. Dengan kata lain laporan laba rugi menggambarkan keberhasilan atau kegagalan operasi perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya. Hasil operasi perusahaan diukur dengan membandingkan antara pendapatan perusahaan dengan biaya. Apabila pendapatan lebih besar daripada biaya maka dikatakan bahwa perusahaan memperoleh laba dan bila terjadi sebaliknya maka perusahaan mengalami rugi.

Salah satu kegunaan dari informasi laba yaitu untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam pembagian dividen kepada para investornya. Jika laba bersih yang diperoleh perusahaan sedikit atau bahkan mengalami rugi maka pihak investor tidak akan mendapatkan dividen. Hal ini jika terjadi berturut-turut akan mengakibatkan para investor menarik investasinya karena mereka menganggap perusahaan tersebut mengalami kondisi permasalahan keuangan atau *financial distress*. Pada penelitian

yang dilakukan oleh Djongkang dan Rita (2015) menemukan laba berpengaruh terhadap *financial distress*. Alasan yang cukup mendasar atas diperolehnya hasil yang signifikan yaitu kondisi laporan keuangan perusahaan terutama laporan laba rugi yang memprihatinkan dari suatu perusahaan akan menjadi sinyal atas peringatan dini bahwa mereka dapat mengalami kesulitan keuangan atau *financial distress* pada periode selanjutnya. Namun pada penelitian Rohmadini (2016) menyatakan bahwa tidak laba berpengaruh terhadap kondisi *financial distress* hal ini dikarenakan semakin tinggi laba yang dihasilkan itu berarti perusahaan semakin efektif dalam penggunaan aktiva sehingga semakin rendah kemungkinan terjadi *financial distress*. Atas dasar ini peneliti ingin membuktikan mengenai kemampuan informasi laba dalam memprediksi kondisi *financial distress* suatu perusahaan.

Disamping itu, arus kas juga merupakan laporan yang memberikan informasi yang relevan mengenai penerimaan dan pengeluaran kas dalam periode waktu tertentu. Setiap perusahaan dalam menjalankan operasi usahanya akan mengalami arus masuk kas (cash inflows) dan arus keluar (cash outflows). Apabila arus kas yang masuk lebih besar dari arus kas yang keluar maka hal ini akan menunjukkan *positive cash flow*, sebaliknya apabila arus kas masuk lebih sedikit daripada arus kas keluar maka akan terjadi *negative cash flow*. Arus kas diambil dari angka arus kas yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan, yaitu arus kas aktivitas operasi, (Moh. Halim, 2017). Penelitian ini menggunakan perhitungan *operating cash flow ratio* karena arus kas dari aktivitas operasi mengacu pada uang yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan. Jumlah yang dihasilkan memperlihatkan kemampuan atau ketidakmampuan perusahaan untuk menciptakan laba dan aktivitas operasi merupakan penghasil utama pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, arus kas tersebut sumber data penting untuk investor.

Penelitian mengenai pengaruh arus kas terhadap *financial distress* telah dilakukan sebelumnya oleh Halim (2014), Nailufar (2018), dan Carolina (2017) menunjukkan bahwa, arus kas berpengaruh signifikan terhadap *financial distress* karena perusahaan yang memiliki arus kas yang rendah menyebabkan perusahaan mengalami *financial distress*. Namun menurut Tyas (2019) menyatakan bahwa arus kas dari kegiatan operasi tidak berpengaruh terhadap *financial distress* karena semakin tinggi atau besar arus kas dari kegiatan operasi maka semakin besar ketertarikan para investor untuk melakukan investasi maka akan semakin mudah perusahaan membiayai kegiatan operasi sehingga tidak terjadinya *financial distress*.

Rasio terakhir yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Leverage* merupakan salah satu rasio yang dapat memprediksi *financial distress* pada suatu perusahaan. Rasio *leverage* merupakan gambaran seberapa besar porsi utang yang dimiliki perusahaan jika dibandingkan dengan modal atau aset yang dimilikinya (Vitriani, 2016). Sesuai dengan pengertiannya, rasio *leverage* dihitung dengan menggunakan *debt to equity ratio* (DER) yaitu dengan membandingkan total hutang dibagi dengan total modal. Apabila perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi tentu membuat investor tidak mau berinvestasi pada perusahaan, karena semakin besar rasio *leverage* suatu perusahaan maka semakin besar hutang dan bunga yang harus dibayar serta semakin besar kemungkinan perusahaan akan mengalami pailit.

Penelitian mengenai pengaruh rasio *leverage* terhadap *financial distress* telah dilakukan sebelumnya oleh Hidayat dan Meiranto (2013) serta Mafiroh dan Triyono (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara rasio *leverage* terhadap *financial distress*, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widhiari dan Merkusiwati (2015) serta Sri Kalimah (2017) yang menyatakan bahwa rasio *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *financial distress*. Hasil dari penelitian sebelumnya yang menunjukkan ketidak konsistenan antara variabel yang mempengaruhi *financial distress*, sehingga menyebabkan perbedaan dan masih menimbulkan perbedaan hasil penelitian. Melalui penelitian yang saya lakukan ini diharapkan dapat memberikan jawaban mengenai *financial distress* dengan menggunakan objek yang berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu perusahaan pada sektor *property* dan *real estate*.

Berdasarkan uraian fenomena dan ketidak konsistenan dengan hasil penelitian sebelumnya maka, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian ulang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *financial distress* dengan judul Pengaruh Laba, Arus Kas, dan *Leverage* terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019.

#### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Apakah laba, arus kas, dan *leverage* berpengaruh terhadap *financial distress* pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019?

#### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini

adalah: Untuk menganalisis dan mengetahui Apakah Laba, Arus Kas, dan *Leverage* berpengaruh terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019.

## KAJIAN PUSTAKA dan HIPOTESIS

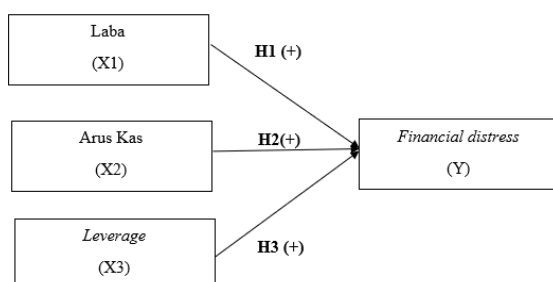
### 2.1 Landasan Teori

#### 1) Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu bentuk hubungan kontraktual antara seorang atau beberapa orang yang bertindak sebagai *principal* dan seseorang atau beberapa orang lainnya yang bertindak sebagai *agent*, untuk melakukan pelayanan bagi kepentingan *principal* dan mencakup pendelegasian wewenang dalam pembuatan keputusan dari *principal* kepada *agent*. Tujuan dari sistem pemisahan ini adalah untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas dengan mempekerjakan agen-agen profesional dalam mengelola perusahaan. Laporan keuangan disusun untuk melaporkan kondisi keuangan perusahaan pada periode waktu tertentu. Informasi dari laporan keuangan tersebut dapat dijadikan pihak eksternal perusahaan untuk menilai kondisi keuangan perusahaan, jika laba yang diperoleh tinggi maka dapat dikatakan bahwa perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasinya dengan baik, selain itu dapat dilihat dari nilai arus kas perusahaan, jika arus kas yang diperoleh tinggi dalam jangka waktu yang lama, maka perusahaan dapat melakukan pengembalian atas pinjaman yang diberikan, serta semakin tinggi *leverage* perusahaan, maka semakin baik transfer kemakmuran dari kreditur kepada pemegang saham perusahaan. Perusahaan yang memiliki proporsi utang lebih besar dalam struktur permodalannya maka mempunyai biaya agensi yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi mempunyai kewajiban yang lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan informasi jangka panjang

### Hipotesis

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



### Pengaruh Laba Terhadap *Financial Distress*

Perusahaan yang memperoleh laba operasi bersih negatif akan mempengaruhi kondisi kesulitan keuangan. Apabila laba positif maka kinerja perusahaan tersebut baik, karena bisa menghasilkan keuntungan, tetapi bila laba negatif maka kinerja perusahaan tersebut harus dipertanyakan, karena tidak menghasilkan keuntungan dan harus dicari sebabnya agar jangan sampai berkelanjutan dan menyebabkan kebangkrutan bagi perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Djongkang dan Rita (2015) menemukan laba berpengaruh terhadap *financial distress*. Alasan yang cukup mendasar atas diperolehnya hasil yang signifikan yaitu kondisi laporan keuangan perusahaan terutama laporan laba rugi yang memprihatinkan dari suatu perusahaan akan menjadi sinyal atas peringatan dini bahwa mereka dapat mengalami kesulitan keuangan atau *financial distress* pada periode selanjutnya.

H1: Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*.

### Pengaruh Arus Kas Terhadap *Financial Distress*

Analisis rasio arus kas mengungkapkan bahwa informasi arus kas memiliki kemampuan dalam menjelaskan secara rinci keseluruhan aktivitas perusahaan. Informasi arus kas yang diperoleh dari laporan arus kas jika kas bersih yang disediakan oleh aktivitas operasi tinggi, berarti perusahaan mampu menghasilkan kas yang mencukupi secara internal dari operasi untuk membayar kewajibannya tanpa harus meminjam dari luar. Sebaliknya, jika jumlah kas bersih yang dihasilkan oleh aktivitas operasi rendah atau rugi, berarti perusahaan tidak mampu menghasilkan kas yang memadai secara internal dari operasinya. Jika hal ini berlangsung secara terus-menerus, maka investor tidak akan lagi mempercayakan sahamnya kepada perusahaan besar kemungkinan perusahaan tersebut mengalami kondisi *financial distress*.

H2 : Arus kas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*.

### Pengaruh *Leverage* Terhadap *Financial Distress*

Rasio *leverage* merujuk pada aktiva tetap dan sumber dana yang digunakan oleh perusahaan, dengan konsekuensi berupa biaya tetap atau beban tetap yang harus dikeluarkan perusahaan akibat penggunaan tersebut. Semakin besar rasio *leverage* maka semakin besar pula kewajiban yang dimiliki perusahaan. Besarnya kewajiban tetap tersebut membawa pada besarnya kemungkinan perusahaan berada dalam kondisi *financial distress*. Menurut Sartono, 2011 dalam (Carolina, Elizabeth I. Marpaung, & Derry Pratama, 2017) *leverage* adalah rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan utang sebagai modalnya untuk



membayai jalannya perusahaan. Perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi berarti perusahaan tersebut lebih banyak menggunakan utang untuk membiayai operasional perusahaan. Akibat dari penggunaan utang yang terlalu besar adalah kebangkrutan, karena utang akan menimbulkan bunga yang harus ditanggung perusahaan. Hal ini akan mengakibatkan perusahaan cenderung akan mengalami *financial distress*.

H3 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan *Property* Dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019 melalui penelusuran di situs resmi BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Objek dalam penelitian ini adalah laba, arus kas, dan *leverage* terhadap *financial distress* pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI. *Financial Distress* (Y) merupakan variabel terikat dan Laba (X1) Arus Kas (X2), *Leverage* (X3) merupakan variabel bebas.

Laba dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Ratio Laba Thd Total Aset} = \frac{\text{EBT (Laba Sebelum Pajak)}}{\text{Total Aset}}$$

Arus kas dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Ratio Arus Kas Thd Total Aset} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Total Aset}}$$

*Leverage* diukur dengan menggunakan perhitungan *Debt to Equity Ratio* (DER). Berikut merupakan rumus perhitungan DER:

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

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan sumber data sekunder yang dimana data diperoleh dari orang lain yaitu dalam bentuk dokumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019 yang dimana memperoleh sampel sebanyak 22 perusahaan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode observasi *non participant* yaitu pengumpulan data dengan observasi atau pengamatan dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independent. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji statistik deskriptif, persamaan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji model fit (Uji F), uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), dan uji t.

## HASIL dan PEMBAHASAN Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P	66	-.07	99.86	3.5092	17.48246
CF	66	-.06	.11	.0174	.04301
DER	66	.06	3.70	.7637	.80120
FD	66	-10007.88	17.78	-260.4449	1334.18561
Valid N (listwise)	66				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, maka dapat dijelaskan secara detail sebagai berikut:

### 1) Laba (P) (X<sub>1</sub>)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah data sebanyak 66 data sampel, nilai minimum sebesar -0,07 nilai maksimum sebesar 99,86, nilai mean sebesar 3,5092 dan nilai standar deviasinya sebesar 17,48246.

### 2) Arus Kas (CF) (X<sub>2</sub>)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah data sebanyak 66 data sampel, nilai minimum sebesar -0,06 nilai maksimum sebesar 0,11 nilai mean sebesar 0,0174 dan nilai standar deviasinya sebesar 0,04301.

### 3) *Leverage* (DER) (X<sub>3</sub>)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah data sebanyak 66 data sampel, nilai minimum sebesar 0,06 nilai maksimum sebesar 3,70, nilai mean sebesar 0,7637 dan nilai standar deviasinya sebesar 0,80120.

### 4) *Financial Distress* (Y)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif di atas, maka dapat dilihat bahwa jumlah data sebanyak 66 data sampel, nilai minimum sebesar -10007,88 nilai maksimum sebesar 17,78, nilai mean sebesar -260,4449 dan nilai standar deviasinya sebesar 1334,18561.

## Persamaan Regresi Linear Berganda

**Tabel 2**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.328	.320		4.149	.000
P	-.023	.016	-.715	-1.487	.142
CF	38.897	5.313	.719	7.321	.000
DER	-.547	.317	-.188	-1.723	.090
F. Hitung	22.343				
Sig F	.000				
R	.721				
R <sup>2</sup>	.519				
Adjusted R <sup>2</sup>	.496				

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 1,328 berarti bahwa apabila laba, arus kas, dan *leverage* dianggap konstan atau nol, maka *financial distress* sebesar 1,328.
- 2) Nilai koefisien regresi Laba (P) ( $X_1$ ) sebesar -0,023 dengan tingkat signifikansi 0,142 lebih besar dari 0,05 artinya laba tidak berpengaruh terhadap *financial distress*.
- 3) Nilai koefisien regresi Arus Kas (CF) ( $X_2$ ) sebesar 38,897 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya jika arus kas naik satu-satuan maka nilai *financial distress* akan naik sebesar 38,897 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 4) Nilai koefisien regresi *Leverage* (DER) ( $X_3$ ) sebesar -0,547 dengan tingkat signifikansi 0,090 lebih besar dari 0,05 artinya *leverage* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*.

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas yang menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam persamaan regresi merupakan data dengan distribusi yang normal, hal ini dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* ( $0,200 > 0,05$ ), sehingga data dalam penelitian ini dapat dinyatakan lulus uji normalitas.

##### Uji Multikolinearitas

**Tabel 3**  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
P	.557	1.794
CF	.804	1.243
DER	.650	1.539

Pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel laba bernilai 0,557, arus kas bernilai 0,804, *leverage* bernilai 0,650 dimana semua variabel bernilai  $> 0,1$ , sementara itu nilai koefisien VIF dari variabel laba bernilai 1,794, arus kas bernilai 1,243, *leverage* bernilai 1,539 dimana semua variabel bernilai  $< 10$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas atau layak digunakan.

##### Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai DW (*Durbin Watson*) sebesar 1,980. Dimana nilai DU (*Durbin Upper*) dalam penelitian ini

adalah  $DU = 1,6974$ ,  $DW = 1,914$ , dan  $(4-DU) = 2,3026$ , sehingga diperoleh hasil  $1,6974 < 1,914 < 2,3026$ . Hasil ini membuktikan bahwa model regresi yang disusun tidak terjadi autokorelasi.

#### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 6**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	B	Sig
P	-.079	.508
CF	-6.241	.876
DER	2.336	.331

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai signifikan 0,508 untuk variabel laba, 0,876 untuk variabel arus kas dan 0,331 untuk variabel *leverage*. Nilai signifikan semua variabel lebih besar dari nilai alpha ( $\alpha$ ) 5% (0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### Uji Model Fit (Uji F)

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi F sebesar 22,343 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan laba, arus kas, dan *leverage* berpengaruh terhadap *financial distress* dan model regresi telah lulus uji kelayakan model.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel bebas dilihat dari nilai *adjusted R Square* sebesar 0,496. Hal ini berarti sebesar 49,6% variabel *financial distress* dapat dijelaskan oleh variabel laba, arus kas, dan *leverage* sedangkan sisanya sebesar 50,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

#### Uji t

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu:

- a) Laba memiliki nilai t hitung sebesar -1,487 dan nilai signifikan sebesar 0,142 lebih besar dari 0,05 ( $0,142 > 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa laba tidak berpengaruh terhadap *financial distress*, sehingga  $H_1$  dalam penelitian ini ditolak.
- b) Arus kas memiliki nilai t hitung sebesar 7,321 (positif) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa arus kas berpengaruh positif signifikan terhadap *financial distress*, sehingga  $H_2$  dalam penelitian ini diterima
- c) *Leverage* memiliki nilai t hitung sebesar -1,723 dan nilai signifikan sebesar 0,090 lebih besar

dari 0,05 ( $0,090 > 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*, sehingga  $H_3$  dalam penelitian ini ditolak.

#### **Pengaruh Laba Terhadap *Financial Distress***

Berdasarkan hasil uji analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel Laba -0,023 dengan signifikansi 0,142 lebih besar dari  $\alpha$  0,05 ( $0,142 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa laba tidak berpengaruh terhadap *financial distress*, sehingga hipotesis pertama ditolak. Dengan demikian meningkat atau menurunnya laba tidak memberikan dampak terhadap *financial distress* pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Kadir (2014) yang menemukan bahwa laba tidak memiliki kemampuan dalam memprediksi kondisi kesulitan keuangan (*financial distress*) pada suatu perusahaan. Hal ini mungkin disebabkan karena perubahan laba yang terjadi cenderung stabil, laba yang cenderung stabil juga akan memberikan gambaran terhadap kinerja perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan dengan pencapaian laba yang berfluktuasi, sehingga tidak memberikan dampak yang terlalu besar terhadap perusahaan yang dapat mengakibatkan perusahaan tersebut bangkrut.

#### **Pengaruh Arus Kas Terhadap *Financial Distress***

Berdasarkan hasil uji analisis data menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel Arus Kas sebesar 38,897 (positif) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa Arus Kas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial distress* pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019, sehingga hipotesis kedua diterima. Dengan demikian semakin tinggi arus kas operasi maka semakin tinggi juga kemungkinan terjadinya *financial distress*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Fawzi et al (2015), meskipun perusahaan mendapatkan peningkatan kas dari penjualan, apabila tidak mampu mengganti persediaan untuk penjualan berikutnya, karena kas yang dihasilkan dari aset tidak cukup, maka akan terjadi kemungkinan perusahaan mengalami *financial distress*.

#### **Pengaruh *Leverage* Terhadap *Financial Distress***

Berdasarkan hasil uji analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *Leverage* -0,547 dengan signifikansi 0,090 lebih besar dari  $\alpha$  0,05 ( $0,090 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan

bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *financial distress* pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019, sehingga hipotesis ketiga ditolak. Dengan demikian meningkat atau menurunnya *leverage* tidak akan memberikan dampak atau pengaruh terhadap *financial distress*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian Lee (2015), Nyamboga et al (2014) dan Mas'ud dan Srengga (2012). Menurut Lee *leverage* tidak berpengaruh terhadap *financial distress* dikarenakan rata-rata modal perusahaan lebih besar dibandingkan dengan hutang, artinya perusahaan membiayai kegiatan operasionalnya cenderung menggunakan modal sendiri, sehingga tidak dapat memberikan dampak yang terlalu besar terhadap perusahaan karena perusahaan cenderung tidak perlu menanggung beban pinjaman dan bunga atau hutang yang ada. Pendapat lain dari Dewi (2017), *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap *financial distress* dikarenakan DER didasarkan atas besaran modal yang dimiliki oleh para pemilik saham, sehingga besar kecilnya modal perusahaan bukanlah pencapaian dari kinerja perusahaan, karena perubahan nilai modal sendiri didapat dari saham perusahaan bukan hasil kerja perusahaan.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh Laba, Arus Kas, *Leverage* Terhadap *Financial Distress* Pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019 maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Laba tidak berpengaruh terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019. Hal ini berarti meningkat atau menurunnya laba tidak memberikan dampak terhadap *financial distress*.
- 2) Arus Kas berpengaruh positif signifikan terhadap *Financial Distress* pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019. Hal ini berarti semakin tinggi arus kas operasi maka semakin tinggi juga kemungkinan terjadinya *financial distress*.
- 3) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap *financial distress* pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2019. Hal ini berarti meningkat atau menurunnya *leverage* tidak memberikan dampak terhadap *financial distress*.

#### **Saran**

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang nantinya dapat disempurnakan dan dilengkapi oleh peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan dan saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Dalam penelitian ini masih banyak variabel lain yang belum digunakan dalam mengukur *financial distress* seperti variabel profitabilitas, likuiditas, aktivitas, ukuran perusahaan, kepemilikan institusi dan jumlah komisaris. Maka saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar menambahkan variabel lain untuk mengukur *financial distress*.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode pengamatan, serta penulis juga menyarankan, untuk penelitian selanjutnya objek penelitian tidak hanya dilakukan dalam sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI, tetapi juga pada sektor-sektor lainnya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Adhindha, A.S dkk. 2017. Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 43, No. 1, Hal: 138-147
- Ayu dan Lely. 2015. Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Operating Capacity, dan Sales Growth Terhadap *Financial Distress*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 11, No. 2, Hal: 456-469.
- Carolina, V.,Elizabeth I. Marpaung, & Derry P. (2017). Analisis Rasio Keuangan untuk Memprediksi Kondisi *Financial Distress* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Jurnal Akuntansi Maranatha*, Vol 9, No 2 ISSN 2085-8698 eISSN 2598-4977
- Bernardin, D. E. Y., & Tifani, T. (2019). *Financial Distress Predicted by Cash Flow and Leverage with Capital Intensity as Moderating*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 18–29.
- Djongkang, Fani, Rita, dan Mario Rio. (2015). Manfaat Laba dan Arus Kas Untuk Memprediksi Kondisi *Financial Distress*. *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen satya Wacana*. ISBN: 978-6022-70429-19
- Fahmiwati, N., & Luhgiatno. (2017). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap *Financial Distress* (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Perdagangan Eceran di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *JAB* Vol. 3 No. 01 issn 2502- 3497.
- Frans, Julius P.S. 2017. *Pengaruh Financial Leverage, Firm Growth, Laba Dan Arus Kas Terhadap Financial Distress*. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*. Vol. 4, No.1, Hal: 1164-1178
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim. 2017. Penggunaan Laba dan Arus Kas Untuk Memprediksi Kondisi *Financial Distress*. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Irfan, M (2021). Penggunaan laba dan arus kas dalam prediksi *Financial Distress* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Kadir, Abdul (2014). Analisis Laba dan Arus Kas dalam Memprediksi *Financial Distress* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Volume 6, No.2.
- Kasmir. (2015). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lee, Rice. 2015. Altman Z-Score: Mendeteksi *Financial distress*. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*.Vol.5, No.02:111-120
- Liana Deny dan Sutrisno, 2014, Analisis Rasio Keuangan untuk Memprediksi Kondisi *Financial Distress* Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1.No. 2 Tahun 2014.
- Mas'ud, Imam dan Reva Maymi Srengga. 2012. Analisis Rasio Keuangan untuk Memprediksi Kondisi *Financial distress* Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 139-154
- Nailufar, F., & Badaruddin, S. (2018). Pengaruh Laba dan Arus Kas Terhadap Kondisi *Financial Distress* Pada Perusahaan Non Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 2(2), 147–162.

- Nyamboga, Tom Ongesa, Benson Nyamweya Omwario, Antoni Murimi Muriuki dan Professor George Gongera. 2014. *Determinants of Corporate Financial distress: Case of Non- Financial Firms Listed in the Nairobi Securities Exchange. Research Journal of Finance and Accounting*. Vol.5, No.12:193-207
- Orina, Andre dan Salma T. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan *Leverage* Dalam Memprediksi *Financial Distress*. *Jurnal WRA*. Vol. 2, No. 1, Hal: 293-312
- Rahayu, W., & Dani Sopian. (2017). Pengaruh Rasio Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Financial Distress* (Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia).
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Surdayanti, D., & Annisa Dinar. (2019). Analisis Prediksi Kondisi Kesulitan Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Likuiditas, Profitabilitas, *Financial Leverage*, dan Arus Kas. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Bisnis* Vol. 13 No. 2 ISSN-p 0126-1258.
- Syamsul, M. (2019) PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE DALAM MEMPREDIKSI FINANCIAL DISTRESS (Study Empiris Pada Perusahaan *Property* and *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia). Undergraduate thesis, STIESIA SURABAYA.
- Vitarianjani, N. 2015. Prediksi Kondisi *Financial Distress* dan Faktor yang Mempengaruhi Studi Empiris pada Perusahaan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014. *Artikel Ilmiah Mahasiswa UNEJ*.
- Wahyuningtyas, S. (2019) Pengaruh Arus Kas, Laba, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap *Financial Distress* Pada Perusahaan Manufaktur. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Zulaecha, H., & Atik Mulvitasari. (2018). Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan *Sales Growth* Terhadap *Financial Distress*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 9 No 1 ISSN 2302-3449 e-ISSN 2580-9490.

## PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT HINDU MELALUI PROGRAM KEWIRAUSAHAAN SOSIAL

### *ECONOMIC EMPOWERMENT OF THE HINDU COMMUNITY THROUGH SOCIAL ENTREPRENEURSHIP PROGRAMS*

**I Nyoman Bontot**

Program Studi Penerangan Agama Hindu, Universitas Hindu Negeri IGB Sugriwa Denpasar  
[inyoman.bontot@gmail.com](mailto:inyoman.bontot@gmail.com)

#### **Abstrak**

*Tiga kerangka yang mendasari agama Hindu, yaitu tattwa (filosofy), susila (ethic), dan acara (ritual), harus dilaksanakan secara seimbang. Pada kenyataannya, cenderung lebih berat pada pelaksanaan ritual (upacara yajña). Pelaksanaan upacara yajña yang memerlukan biaya besar, apalagi yang tidak sesuai dengan tattwa dan susila akan memberatkan masyarakat yang melaksanakan. Pelaksanaan upacara yajña (panca yajña) merupakan bentuk kewajiban (dharma) untuk membayar hutang moral (Tri Rna) bagi manusia Hindu. Agar dapat melaksanakan kewajiban (dharma) dan menikmati kepuasan batin (kama), diperlukan sarana (artha) untuk melaksanakannya. Oleh karena itu, masyarakat Hindu penting untuk memberdayakan ekonominya. Agama Hindu tidak melarang umatnya untuk meraih artha (ekonomi), bahkan artha dalam agama Hindu merupakan salah satu tujuan. Salah satu upaya untuk memberdayakan ekonomi masyarakat adalah melalui kewirausahaan sosial.*

**Kata kunci :** pemberdayaan ekonomi, masyarakat Hindu, kewirausahaan sosial

#### **Abstract**

*The three frameworks that underlie Hinduism, namely tattwa (philosophy), susila (ethic), and events (ritual), must be carried out in a balanced manner. In fact, it tends to place more weight on the performance of rituals (yajña ceremonies). Implementation of yajña ceremonies that require large costs, especially those that are not in accordance with tattwa and morals will burden the community who implement it. Yajña ceremony (panca yajña) is a form of obligation (dharma) to pay the moral debt (Tri Rna) for Hindu humans. In order to carry out obligations (dharma) and enjoy inner satisfaction (kama), we need means (artha) to carry them out. Therefore, the Hindu community is important to empower its economy. Hinduism does not forbid its people to achieve artha (economy), even artha in Hinduism is one of the goals. One of the efforts to empower the community's economy is through social entrepreneurship.*

**Key word :** economic empowerment, hindu community, social entrepreneurship

#### **PENDAHULUAN**

Agama Hindu diperuntukkan bagi umat manusia yang menganut ajaran-ajaran pustaka suci weda, yang merupakan wahyu (*sabda* suci) Tuhan. Sebagaimana halnya rumah, agama Hindu dibangun dengan tiga kerangka dasar. Tiga kerangka dasar ajaran agama Hindu, yaitu : *Tattwa* (filsafat), *Susila* (etika), dan *Ācara* (ritual). Ketiga kerangka dasar tersebut merupakan satu kesatuan yang saling terkait,

saling mendukung secara seimbang. Melaksanakan ajaran agama Hindu tidak cukup hanya memahami *tattwa* (filsafat) agama saja sebagai sumber ajaran, tanpa melaksanakan ajaran-ajaran *susila* (etika) dan melaksanakan ajaran agama yang nyata melalui ritual. Demikian juga dalam melaksanakan ritual tanpa *tattwa* (filsafat) sebagai pedoman dan tanpa dilaksanakan dengan etika yang baik, akan tersesat dan salah arah (Sudharta dan Punia Atmaja, 2001:5).

Walaupun ketiga kerangka dasar ajaran agama Hindu di atas harus dilaksanakan secara seimbang, namun pada praktiknya pelaksanaan ritual (*Ācara*) umumnya lebih dominan. Karena pelaksanaan *Ācara* (ritual) merupakan pelaksanaan ajaran agama Hindu yang nyata dan terlihat dalam kehidupan sehari-hari.

*Ācara* agama Hindu adalah tradisi-tradisi atau kebiasaan-kebiasaan yang bersumber pada kaidah-kaidah hukum yang *ajeg* baik yang berasal dari sumber tertulis maupun tradisi setempat yang diikuti secara turun-temurun sejak lama oleh umat Hindu. *Ācara* agama Hindu meliputi ajaran tentang *yajña*, hari-hari suci, tempat suci, sarana suci (banten/upakara), dan orang suci (Sukrawati, 2019).

Berdasarkan uraian di atas, *Ācara* agama Hindu berkaitan dengan ajaran tentang pelaksanaan upacara *yajña* (ritual) yang pelaksanaannya tidak bisa dilepaskan dari hari-hari suci dalam agama Hindu, tempat suci (pura, *mrajan*, *mandir*) dilaksanakannya upacara *yajña*, menggunakan sarana berupa *banten* (*upakara*), dan dilaksanakan oleh orang suci atau yang disucikan (*pemangku*, *sulinggih*, *pandita*). Pada intinya, *Ācara* agama Hindu lebih banyak berkaitan dengan pelaksanaan upacara.

Pelaksanaan upacara *yajña* yang memerlukan biaya besar, apalagi pelaksanaannya tidak didasarkan pada *tattwa* sebagai sumber dan *susila* (etika), yang tidak sesuai dengan kemampuan masyarakat yang melaksanakannya. Hal tersebut akan memberatkan masyarakat dalam melaksanakan ajaran agama Hindu. Oleh karena itu, banyak wacana yang mengatakan bahwa beragama Hindu dengan ritual-ritualnya akan memiskin masyarakat (Sindonews.com, Kamis 3 Juli 2014). Pada sisi lain, pelaksanaan upacara agama Hindu seperti di Bali justru dapat menggerakkan ekonomi masyarakat, karena adanya konsumsi oleh masyarakat (Bontot, 2021). Untuk mempertemukan dua permasalahan yang saling bertentangan tersebut, maka ekonomi masyarakat Hindu perlu diberdayakan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka penelitian ini mengajukan permasalahan, yaitu : (1) bagaimanakah pandangan Hindu tentang ekonomi? (2) mengapa ekonomi penting bagi masyarakat Hindu? (3) bagaimanakah cara memberdayakan ekonomi masyarakat Hindu?

## METODE PENELITIAN

Penelitian tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat Hindu melalui kewirausahaan sosial adalah penelitian sosial-ekonomi yang merupakan jenis penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu dan wawancara mendalam terhadap informan terpilih yang memahami permasalahan.

Instrumen atau alat penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2012:305). Permasalahan

dianalisis menggunakan Teori Konsumsi aliran Keynes, yaitu suatu teori yang menyatakan konsumsi yang dilakukan saat ini sangat dipengaruhi oleh pendapatan *disposable* saat ini. Jika pendapatan *disposable* meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat (Raharja dan Manurung, 2008). Oleh karena itu, agar dapat melaksanakan ajaran agama melalui pelaksanaan ritual (*Ācara* agama Hindu), masyarakat Hindu harus memiliki pendapatan melalui usaha (wirausaha) atau bekerja (menjual jasa).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pandangan Agama Hindu Tentang Ekonomi

Pembahasan masalah ekonomi, tidak dapat dilepaskan dari kekayaan (*artha* dalam agama Hindu). Agama Hindu tidak memandang kekayaan (*artha*) sebagai sesuatu yang negatif, asalkan cara memperoleh kekayaan (*artha*) tersebut sesuai dengan ajaran agama (*dharma*). Bahkan, Hindu adalah satu-satunya agama yang secara tegas menyatakan *artha* sebagai salah satu tujuan hidup manusia (Madrasuta, 2010). Sebagai tujuan hidup manusia, *artha* tercantum dalam ajaran *Catur Purusārtha* (empat tujuan hidup manusia menurut agama Hindu), yaitu : *dharma*, *artha*, *kama*, dan *moksa*. Empat tujuan hidup manusia tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua tahapan, yaitu tujuan hidup di dunia (*dharma*, *artha*, *kama*) disebut *Tri Warga* dan tujuan hidup tertinggi (akhirat) yaitu *moksa*. *Moksa* adalah kebebasan yang kekal abadi, bebas dari ikatan duniawi, dan terbebas dari penderitaan (hidup – mati berulang-ulang), dapat dicapai apabila tujuan hidup di dunia telah tercapai (Suhardana, 2007:2).

Tujuan hidup di dunia yang disebut *Jagadhita*, dapat dicapai apabila *Tri Warga* (*dharma*, *artha*, *kama*) harus terlaksana secara seimbang, tidak boleh terlepas antara satu dengan lainnya. *Dharma* (kewajiban) dapat dilaksanakan jika ada *artha*. Dan, *artha* dapat diperoleh jika dorongan (motivasi) dari *kama* (kepuasan). Untuk memperoleh *artha* dan menikmati *kama*, haruslah berdasarkan *dharma*. *Dharma* sebagai tujuan pertama agama Hindu, diartikan sebagai kewajiban atau peraturan suci atau hukum suci untuk menuntun, memelihara, mengatur alam dengan segenap isinya termasuk manusia. *Dharma* juga diartikan sebagai ajaran suci untuk mengatur dan memelihara umat manusia dalam mencapai kesejahteraan jasmani dan rohani, serta kesempurnaan hidup lahir dan batin. *Artha* dalam pengertiannya sebagai uang, dana, kekayaan, dan harta benda, dipergunakan untuk melaksanakan kegiatan keagamaan dan memenuhi kebutuhan hidup keluarga (kewajiban), serta berinvestasi agar dapat meningkatkan kualitas hidup. Sementara, *kama* dapat dimaknai sebagai keinginan yang dapat memberikan kepuasan, baik jasmani maupun rohani (Suhardana, 2007).

## 2. Peran Ekonomi Dalam Kehidupan Masyarakat Hindu

Sebagaimana telah diuraikan di atas, bahwa untuk mencapai tujuan tertinggi agama Hindu yang disebut *Moksa*, maka tujuan hidup di dunia yang disebut *Tri Warga* (*dharmā*, *artha*, dan *kama*) harus dicapai secara seimbang. Ketiga tujuan hidup di dunia tersebut juga saling melengkapi antara tujuan hidup yang satu dengan lainnya.

*Dharma* yang diartikan sebagai kewajiban, menuntut masyarakat Hindu untuk melaksanakannya dengan tulus ikhlas. Kewajiban yang harus dilaksanakan oleh masyarakat Hindu terutama berkaitan dengan membayar hutang moral (*Rna*). Menurut ajaran agama Hindu, ada tiga hutang manusia yang harus dibayar yang disebut *Tri Rna*. Ketiga hutang moral tersebut, yaitu : hutang kepada Tuhan (*Dewa Rna*), hutang kepada Leluhur (*Pitra Rna*), dan hutang kepada para Rsi (*Rsi Rna*) (Wiana, 2004). Manusia berhutang kepada Tuhan, karena Tuhan memberikan manusia jiwa (hidup) melalui *Atman* (sebagai percikan/bagian dari *Brahman*). Tuhan juga memberikan raga-Nya kepada manusia untuk tempat dan sumber hidup, yang dilihat sebagai dunia ini (*Bhuana Agung*). Sehingga, dunia ini disebut sebagai *Maya* (bentuk palsu) dari raga Tuhan (Suamba, 2003). Kemudian, manusia berhutang kepada Leluhur (*Pitra Rna*), karena tanpa orang tua (Leluhur) manusia tidak mungkin lahir ke dunia. Manusia juga berhutang kepada orang tua (Leluhur) karena telah dirawat dan diberikan pendidikan dan pengalaman, sehingga manusia dapat hidup secara mandiri. Terakhir, manusia berhutang kepada para Resi (*Rsi Rna*), karena telah mengajarkan manusia pengetahuan tentang hidup melalui ajaran Weda (wahyu Tuhan) yang diterima oleh para Resi. Hutang kepada Tuhan, Leluhur, dan para Resi tersebut dibayar oleh manusia Hindu dengan melaksanakan *Dewa Yajña* dan *Bhuta Yajña* (*Dewa Rna*), *Pitra Yajña* dan *Manusa Yajña* (*Pitra Rna*) dan *Rsi Yajña* (*Rsi Rna*) (Wiana, 2004).

Pelaksanaan *Dewa Yajña* di antaranya : membangun tempat suci (pura), merawat tempat suci (pura), dan melaksanakan upacara seperti upacara *piodalan* di masing-masing tempat suci (pura) dan upacara peringatan hari suci keagamaan (Galungan, Kuningan, Nyepi, Siwaratri, Pagerwesi, Purnama, Tilem, Tumpek, Kajeng Kliwon, dan lain-lain) (Sudarsana, 2003). *Bhuta Yajña* adalah persembahan kepada alam semesta (*bhuta*) seperti *banten saiban*, *segehan*, dan *caru/tawur*, biasanya dilaksanakan bersamaan (dirangkai) dengan pelaksanaan *Dewa Yajña*.

*Pitra Yajña* dilaksanakan dalam tiga tahapan. Tahap *pertama* dilaksanakan pada saat orang tua (Leluhur) sudah lanjut usia, tidak sanggup mencari

nafkah sendiri dan sakit-sakitan, merupakan tugas anak untuk merawat orang tua. Tahap *kedua*, pada saat orang tua meninggal, dengan melaksanakan upacara *ngaben* mengembalikan unsur *Panca Maha Bhuta* (badan kasar) dan penyucian jiwa sampai *ngelinggihang* di *Pelinggih Rong Tiga* (*Pemrajan*). Dan, tahap *ketiga* setelah *melinggih* di *Mrajan* dengan mempersembahkan air suci (*Tirtha*) secara berkala pada saat *piodalan* di *Mrajan*. Sedangkan, *Manusa Yajña* sebagai cara membayar hutang kepada Leluhur, dilaksanakan dengan memelihara dan merawat anak-anak yang lahir, seperti pelaksanaan upacaranya (*upacara tutup kambuhan*, *mecolongan*, *telu bulanan*, *otonan*, potong gigi, dan pernikahan) dan memberikan pendidikan yang layak sesuai kemampuan (Wiana, 2001).

Selain upacara yang telah diuraikan di atas, pelaksanaan *Manusa Yajña* juga dilaksanakan dengan memberikan pelayanan kepada umat manusia. Seperti memberikan bantuan kepada fakir miskin, pelayanan pengobatan kepada orang sakit, bantuan kepada masyarakat yang tertimpa bencana, memberikan makan kepada masyarakat pada ketika mendapatkan rezeki dan menikmati kebahagiaan, dan lain-lain (Titib, 2004). Terakhir, *Rsi Yajña* dilaksanakan dengan mempelajari dan melaksanakan ajaran suci Weda serta memberikan *punia* (sedekah) kepada para orang suci (pendeta).

Terpenuhinya kewajiban membayar hutang moral (*Rna*) di atas, akan membuat mereka yang melaksanakan dapat mencapai kepuasan bathin (*Kama*). Untuk mencapai tujuan hidup masyarakat Hindu di dunia tersebut melalui pelaksanaan kewajiban (*dharmā*) dan mencapai kepuasan batin (*kama*), maka diperlukan biaya, sarana, arta benda. Biaya (uang), sarana, arta benda tersebut dalam agama Hindu tergolong *artha* yang merupakan salah satu tujuan agama Hindu di dunia (*Jagadhita*). Uang dan arta benda dapat diperoleh melalui usaha yang disebut kegiatan ekonomi. Motivasi untuk memperoleh uang dan arta benda (*artha*) untuk melaksanakan kewajiban (*dharmā*) akan terbentuk apabila dalam diri manusia telah mengalami kepuasan batin (*kama*). Kepuasan (*kama*) yang ingin dicapai dan cara untuk mendapatkan uang dan arta benda (*artha*), haruslah berdasarkan aturan atau ajaran agama (*dharmā*). Dengan demikian, *dharmā*, *artha*, dan *kama* memiliki hubungan saling terkait antara satu dengan lainnya.

## 3. Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Melalui Kewirausahaan Sosial

Kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani, dari kata *oikos* yang berarti keluarga atau rumah tangga dan kata *nomos* yang berarti peraturan. Sehingga, ekonomi diartikan sebagai aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Menurut Alfred Marshall,



ekonomi juga diartikan sebagai ilmu tentang manusia dalam urusan kehidupan sehari-hari, terutama manusia yang sudah membentuk rumah tangga dan memiliki kewajiban (Mankiw, 2019).

Definisi ekonomi menurut Alfred Marshall di atas, sangat tepat jika dikaitkan dengan pencapaian tujuan hidup manusia Hindu di dunia. Bahwa ekonomi mengkaji tentang keputusan dan kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan kewajibannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut John Maynard Keynes, kebutuhan manusia dalam memenuhi kewajiban seperti diuraikan di atas, dapat dibagi menjadi tiga. Yaitu : (1) kebutuhan primer, yaitu pengeluaran untuk makan, minum, pakaian, perumahan, kesehatan dan lain-lain; (2) kebutuhan sekunder, yaitu pengeluaran untuk pendidikan, transportasi, listrik, dan lain-lain; dan (3) kebutuhan tersier, yaitu pengeluaran untuk kepuasan jasmani dan rohani seperti kegiatan keagamaan (ritual), budaya, dan lain-lain. Keynes berpendapat bahwa faktor utama yang menentukan konsumsi (pemuahan kebutuhan) masyarakat (rumah tangga) adalah pendapatannya (Sukirno, 2007).

Sesuai dengan pendapat Keynes di atas, untuk dapat melaksanakan kewajiban (*dharma*) masyarakat Hindu harus memiliki pendapatan (penghasilan) yang memadai. Pendapatan (penghasilan) dibutuhkan sebagai biaya, baik untuk melaksanakan kewajiban maupun untuk meningkatkan kualitas hidup pada masa yang akan datang, melalui investasi atau tabungan.

Pada umumnya rumah tangga memperoleh pendapatan (penghasilan) dari tiga sumber, yaitu : (1) upah atau gaji, (2) keuntungan usaha (bisnis), dan (3) imbal hasil tabungan/investasi. Untuk mendapatkan upah atau gaji, seseorang harus menjadi karyawan atau pegawai, baik pada lembaga pemerintah maupun swasta. Namun pada era industri 4.0 saat ini, sebagian tenaga kerja manusia sudah digantikan dengan mesin atau robot dengan memanfaatkan teknologi digital. Tenaga kerja yang terpakai hanya mereka yang memiliki keterampilan khusus yang tidak dapat digantikan oleh mesin atau robot. Peluang untuk memperoleh pendapatan (penghasilan) dari upah atau gaji kian kecil pada era industry 4.0 (digital).

Untuk memperoleh pendapatan dari keuntungan usaha (bisnis), diperlukan keterampilan berbisnis (kewirausahaan), keberanian dalam mengambil resiko, dan modal usaha yang cukup. Tidak banyak masyarakat yang memiliki jiwa wirausaha (*entrepreneur*), berani mengambil resiko (*risk taker*), dan memiliki modal yang cukup. Terakhir, untuk memperoleh pendapatan dari imbal hasil tabungan/investasi juga tidak banyak masyarakat yang memiliki jumlah tabungan dan investasi yang memadai. Agar dapat memberdayakan ekonomi masyarakat banyak pada era industry 4.0, perlu adanya terobosan yaitu ada pihak-pihak yang

menggerakkan ekonomi masyarakat melalui program kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*).

Menurut Hulgard (2010), kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) adalah penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. Cukier (2011) menguraikan bahwa *social entrepreneur* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan kewirausahaan

(*entrepreneurship*) untuk melakukan perubahan sosial. Sementara, sebagai penggagas *social entrepreneurship* adalah Bill Drayton yang terinspirasi dari pemikiran Mahatma Gandhi, mengatakan bahwa keberhasilan *social entrepreneurship* adalah adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat dan hadirnya individu bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha, dan beretika di belakang gagasan inovatif tersebut (Sofia, 2015).

Memperhatikan pengertian yang diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa wirausaha sosial adalah usaha yang dapat memberikan dampak yang bermanfaat bagi masyarakat atau menjadi solusi bagi permasalahan sosial (ekonomi) yang ada. Ada beberapa jenis usaha yang dapat dikembangkan untuk menjadi solusi bagi permasalahan sosial di masyarakat, sebagaimana program yang dikembangkan Bank DBS Indonesia melalui DBS Foundation, melalui *Social Enterprise Bootcamp* (<https://www.republika.co.id>, 20 November 2019). Jenis wirausaha sosial yang dapat dikembangkan, seperti berikut : (1) *Tanijoy*, bertujuan membentuk ekosistem pertanian yang menghubungkan petani melalui teknologi. Melalui teknologi dapat memberdayakan masyarakat lokal, meningkatkan pendapatan petani, dan menciptakan *agripreneur* baru di pedesaan; (2) *Ecodo*, wirausaha sosial yang bergerak dalam sektor *e-commerce*, menawarkan souvenir dan hadiah buatan tangan untuk perusahaan dan klien pemerintah. Penyediaan souvenir dengan melibatkan pengrajin lokal (masyarakat) sesuai dengan kebutuhan pasar; (3) *Studio Dapur*, bekerja sama dengan pengrajin bambu untuk meningkatkan mata pencaharian dan ekonomi masyarakat dengan kerajinan bambu; dan lain-lain. Wirausaha sosial berbentuk startup seperti yang dibina Bank DBS Indonesia tersebut, banyak yang dapat dikembangkan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat. Seperti usaha-usaha untuk membantu pemasaran produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat, mengembangkan produk kerajinan yang dapat menyerap tenaga kerja padat karya, dan lain-lain.

Berbagai jenis wirausaha sosial yang dikemukakan di atas, dapat meningkatkan pendapatan (penghasilan) dan memberdayakan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui kewirausahaan sosial membuat masyarakat

dapat melaksanakan kewajibannya (*dharma*) dengan baik. Sehingga, tujuan hidup manusia di dunia

(*Jagadhita*) dan tujuan tertinggi (*Moksa*) dapat tercapai.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan kajian yang dilakukan, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- (1) Agama Hindu tidak memandang kekayaan (*artha*) yang merupakan bagian dari ekonomi, sebagai sesuatu yang negatif, asalkan cara memperoleh kekayaan (*artha*) tersebut sesuai dengan ajaran agama (*dharma*). Bahkan, Hindu secara tegas menyatakan bahwa *artha* merupakan salah satu dari tujuan agama Hindu.
- (2) Ekonomi (*artha*) sangat berperan sebagai sarana untuk melaksanakan kewajiban (*dharma*) dan mencapai kepuasan bathin (*kama*) sebagai manusia Hindu.
- (3) Yang memegang peranan dalam dalam ekonomi untuk melaksanakan kewajiban (*dharma*) adalah pendapatan (penghasilan). Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan dan menjamin keberlanjutan penghasilan (pemberdayaan ekonomi) bagi masyarakat adalah melalui kewirausahaan sosial.

### Saran

- (1) Untuk dapat memberdayakan ekonomi masyarakat Hindu, masyarakat perlu diberikan bekal kewirausahaan sejak dini agar dapat menjalankan profesinya secara professional.
- (2) Perlu adanya seseorang yang berjiwa wirausaha dan sosial yang dapat merubah perilaku masyarakat menjadi kreatif, inovatif, dan berkelanjutan serta berdampak positif pada masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

Bontot, I Nyoman. 2021. Upacara Agama Hindu Merupakan Kewajiban dan Penggerak Ekonomi di Bali. Prosiding Seminar Nilai Ekonomi Upacara Agama Hindu, Kolaborasi antara FDD UHN IGB Sugriwa Denpasar, FEB Unmas Denpasar, dan Bank Indonesia KPw Provinsi Bali. NISN...

Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl. 2011. Social Entrepreneurship : A Content Analysis. Journal of Strategic Innovation and Sustainability.

Hulgard, Lars. 2010. Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme? EMES European Research Network.

Madrasuta, Ngakan Made. 2010. *Tuhan, Agama, dan Negara*. Jakarta : Media Hindu.

Mankiw, N. Gregory. 2019. *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi 7*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Raharja, P dan Manurung, M. 2008. Teori Ekonomi Makro. Edisi 4. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Sofia, Irma Paramita. 2015. Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. Jurnal Universitas Pembangunan Jaya #2 Volume 2 Maret 2015.

Suamba, I.B. Putu. 2003. *Dasar-dasar Filsafat India*. Denpasar : Program Magister Ilmu Agama dan Kebudayaan Universitas Hindu Indonesia bekerjasama dengan Penerbit Widya Dharma.

Sudarsana, I.B. Putu. 2003. *Ajaran Agama Hindu, Acara Agama*. Denpasar : Yayasan Dharma Acarya.

Sudharta, Tjok. Rai dan Ida Bagus Punia Atmaja. 2001. *Upadeśa Tentang Ajaran-ajaran Agama Hindu*. Surabaya : Paramita.

Sukirno, Sadono. 2007. *Makro Ekonomi Modern, Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynesian Baru*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Sukrawati, Ni Made. 2019. *Acara Agama Hindu*. Denpasar : UNHI Press.

Titib, I Made. 2004. *Purana Sumber Ajaran Hindu Komprehensif*. Surabaya : Paramita.

Wiana, I Ketut. 2001. *Mana Upacara Yajna Dalam Agama Hindu*. Surabaya : Paramita.

Wiana, I Ketut. 2004. *Makna Upacara Yajña Dalam Agama Hindu II*. Surabaya : Paramita.

## **PEMANFAATAN PLATFORM DIGITAL DALAM PEMASARAN HASIL TANI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN HIDUP PETANI**

**I Gusti Ayu Jatiana Manik Wedanti<sup>1</sup>, Ulio<sup>2</sup>, I Wayan Yudhasatya Dharma<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Dharma Duta, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Jl. Ratna Nomor 51, Denpasar, Bali, Indonesia; email: [ayujatiana@uhnsugriwa.ac.id](mailto:ayujatiana@uhnsugriwa.ac.id)

<sup>2</sup> Fakultas Dharma Duta, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Jl. Ratna Nomor 51, Denpasar, Bali, Indonesia.; email: [ulio.sm@uhnsugriwa.ac.id](mailto:ulio.sm@uhnsugriwa.ac.id)

<sup>3</sup> Fakultas Brahma Widya, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Jln. Kenyeri, Gg. Sekar Kemuda No.1, Denpasar, Bali, Indonesia; email: [yudhadharma@uhnsugriwa.ac.id](mailto:yudhadharma@uhnsugriwa.ac.id)

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital sangat mempengaruhi semua bidang kehidupan salah satunya adalah bidang ekonomi. Akibat pengaruh teknologi digital maka muncullah ekonomi digital yang mempengaruhi juga perkembangan sektor lainnya. Pertanian merupakan sektor yang paling terpengaruh terhadap perkembangan ekonomi digital. Semakin pesatnya perkembangan ekonomi digital maka petani di Indonesia dihadapkan dengan persaingan dalam menghasilkan hasil tani yang berkualitas baik serta berdaya jual tinggi. Salah satu tantangannya adalah pendistribusian hasil tani secara langsung ke konsumen. Dalam perkembangan teknologi digital maka dikenal platform digital yang mana merupakan media digital yang mempermudah aktifitas manusia. Maka permasalahannya bagaimana pemanfaatan platform digital dalam pendistribusian hasil tani dari petani ke konsumen dapat meningkatkan kesejahteraan petani. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi pustaka dengan dukungan data dari bahan-bahan ilmiah yang relevan dengan permasalahan. Melihat manfaat penggunaan platform digital bagi petani dalam memasarkan produk hasil taninya sangat banyak maka petani dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya dengan mendapatkan penghasilan dan keuntungan tinggi dari memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk hasil tani langsung kepada konsumen.

**Kata kunci:** Ekonomi Digital, Hasil Tani, Platform Digital, Pertanian, Petani

### **Abstract**

*The development of digital technology greatly affects all areas of life, one of which is the economic field. Due to the influence of digital technology, the emergence of a digital economy that also affects the development of other sectors. Agriculture is the sector most affected by the development of the digital economy. With the rapid development of the digital economy, farmers in Indonesia are faced with competition in producing good quality and high selling power. One of the challenges is the distribution of agricultural products directly to consumers. In the development of digital technology, digital platforms are known which are digital media that facilitate human activities. So the problem is how the use of digital platforms in the distribution of agricultural products from farmers to consumers can improve the welfare of farmers. The research method used is the literature study method with the support of data from scientific materials that are relevant to the problem. Seeing the many benefits of using digital platforms for farmers in marketing their agricultural products, farmers can improve their welfare by earning high incomes and profits from utilizing digital platforms in marketing agricultural products directly to consumers.*

**Keywords:** Agricultural Products, Agriculture, Digital Economy, Digital Platform, Farmers.

## 1. PENDAHULUAN

Dimulai dari kemunculan teknologi digital dan internet sebagai penanda berkembangnya revolusi industri dari generasi 2.0 sampai dengan generasi 4.0 yang mana hal tersebut mengubah pola relasi dan komunikasi masyarakat kontemporer. Praktik bisnis pun mau tidak mau harus berubah agar tidak tertelan zaman. Revolusi industri generasi 4.0 merupakan generasi yang memiliki pola baru yang membedakan dengan generasi 3.0 yaitu kecepatan dan kepraktisan. Pola baru ini hadir ditandai dengan munculnya *Internet of Things*, *Big Data*, *Artificial Intelligence*, *Human Machine Interface*, *Robotic and Sensor Technology*, *3D Printing Technology* dengan kata lain saat ini penggunaan jaringan internet lebih dominan dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari dan sudah menjadi bagian dari rutinitas kehidupan masyarakat. Apabila diperhatikan, tahap demi tahap perkembangan revolusi industri sampai pada 4.0 timbul akibat dari sifat manusia yang selalu ingin menyelesaikan masalah atau beraktifitas dengan cara praktis dan mudah. Perkembangan teknologi digital yang pesat juga mempengaruhi banyak sektor-sektor khususnya pada sektor ekonomi sehingga memunculkan fenomena sosial ekonomi digital. Ekonomi digital sebagaimana diperkenalkan oleh Tapscott (Tapscott,1997) merupakan suatu fenomena sosial yang berkarakteristik sangat luas meliputi mudah dalam mengakses berbagai informasi, berbagai akses terhadap instrumen informasi, kapasitas penyedia ruanh informasi, pemrosesan informasi yg cepat dan praktis serta membantu dalam distribusi barang dan jasa secara digital. Sementara itu, konsep ekonomi digital menurut Zimmerman (Zimmerman, 2000), merupakan konsep yang digunakan untuk mendeskripsikan implikasi global yang disebabkan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga mengakibatkan adanya perubahan pada kondisi sosial-ekonomi. Dalam konsep ekonomi digital ini memandang bahwa adanya interaksi antara perkembangan kemajuan teknologi yang selaras dengan perkembangan inovasi serta berdampak pada ekonomi makro dan ekonomi mikro. Secara umum, sektor yang terpengaruh ekonomi digital yaitu meliputi barang dan jasa, produksi, penjualan, suplai logistik, maupun sektor-sektor lain yang tergantung dengan penggunaan teknologi digital.

Salah satu sektor potensial dalam perkembangan ekonomi digital yaitu sektor

pertanian. Pengembangan pada sektor pertanian penting untuk dilakukan mengingat Indonesia merupakan negara agraris dan pertanian berkontribusi besar dalam kehidupan masyarakat. Pengembangan pertanian tidak hanya dihadapkan pada penyelesaian masalah dengan solusi yang tepat namun juga dihadapkan pada tantangan untuk siap menghadapi globalisasi dunia. Melihat hal tersebut maka pengembangan pertanian di Indonesia tidak hanya dituntut untuk mampu menghasilkan produk-produk pertanian berkualitas baik dan berdaya saing tinggi, namun juga mampu mengembangkan sumber daya manusia melalui pemberdayaan masyarakat sehingga pertumbuhan daerah juga turut ikut tercapai (Yan Andriariza Ambhita Sukma.et.al,2019). Salah satu tantangannya adalah pendistribusian hasil tani dari petani ke konsumen secara langsung menggunakan media digital yang mana cara seperti ini akan membantu petani dalam menjual hasil taninya tanpa perlu perantara. Tentunya pendistribusian hasil tani dari petani langsung kepada konsumen tanpa perlu perantara diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan hidup petani karena petani yang secara langsung menentukan harga sekaligus konsumen mendapatkan produk yang berkualitas baik karena langsung membelinya dari petani.

Perkembangan IPTEK yang ditandai dengan adanya penemuan-penemuan di bidang teknologi yang salah satunya adanya inovasi-inovasi dalam pengembangan perangkat lunak atau aplikasi digital. *Platform Digital* atau platform digital merupakan salah satunya dan *Platform Digital* ini merupakan istilah yang sudah umum diketahui. Dikenalnya *Platform Digital* dikarenakan pesatnya laju perkembangan digitalisasi yang terjadi pada seluruh aspek kehidupan di dunia. Kehadiran platform digital menjadi salah satu akibat dari proses digitalisasi yang mau tak mau harus dilakukan manusia saat ini. Tanpa digitalisasi, kegiatan manusia di berbagai bidang akan tertinggal oleh karena itu, proses digitalisasi harus didorong untuk terus berlangsung secara efektif, efisien, praktis dan cepat. Dengan adanya Platform Digital maka dapat dimanfaatkan untuk membantu dalam pendistribusian hasil tani secara langsung dari petani ke konsumen sekaligus mengedukasi penggunaan teknologi digital dalam mempermudah petani untuk meningkatkan kualitas produk dan hasil panen. Maka dalam tulisan ini akan dibahas mengenai pemanfaatan Platform Digital dalam pendistribusian hasil tani sebagai salah satu upaya meningkatkan kesejahteraan petani.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka. Data yang dipergunakan adalah data sekunder yang dikumpulkan dari bahan-bahan pustaka seperti artikel jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian dan jurnal-jurnal ilmiah yang terkait dengan pemanfaatan Platform Digital. Penelitian ini ditulis serta disusun berdasarkan gagasan dari penulis sendiri dengan didukung data sekunder yang dijadikan dasar dalam menentukan pembahasan pemanfaatan Platform Digital dalam pendistribusian hasil tani sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan petani. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui database *google scholar* dan aplikasi *Harzing's Publish or Perish* yaitu artikel berbahasa Indonesia dan Inggris, *full text* dengan menggunakan kata kunci *Platform Digital*, pertanian, ekonomi digital dan teknologi digital.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Pemanfaatan Platform Digital Dalam Pemasaran Hasil Tani Dalam Peningkatan Kesejahteraan Hidup Petani

Berkembangnya era revolusi industri 4.0 memunculkan banyak inovasi-inovasi perkembangan teknologi khususnya teknologi digital. Pertanian sebagai salah satu sektor penting dan dominan di Indonesia tidak luput dari pengaruh perkembangan teknologi digital dan menjadi keharusan untuk mengembangkan teknologi digital pada sektor pertanian untuk dapat mewujudkan sumber daya manusia yang mumpuni atau petani cerdas dalam mengelola lahan pertanian sehingga dapat menghasilkan hasil tani berkualitas baik serta berdaya jual tinggi. Pertanian digital merupakan konsep yang muncul sebagai akibat pengaruh teknologi digital pada sektor pertanian. Puspitasari memberikan definisi bahwa pertanian digital adalah pemanfaatan teknologi digital selama proses *on farm* dan *off farm* sehingga memudahkan petani dalam mengelola lahan pertaniannya atau secara sederhana pertanian digital adalah pertanian yang memanfaatkan teknologi digital dalam proses pra-produksi hingga distribusi hasil pertanian dari petani ke konsumen (Puspitasari, 2019).

Melihat definisi pertanian digital dari Puspitasari maka teknologi digital dapat memberikan kemudahan kepada para petani dan dalam industri pertanian di Indonesia. Misal pada proses *on farm* atau pada proses pra-produksi sampai dengan proses produksi, teknologi digital akan sangat membantu petani seperti menggunakan

sensor dan perangkat terhubung pada jaringan yang dipasang di lahan pertanian dan tanaman dapat membantu petani dalam memantau tanaman dari jarak jauh dengan tujuan meningkatkan hasil panen. Lebih tepatnya, dengan menggunakan sensor dan perangkat yang terhubung dengan jaringan, petani dapat melihat kondisi lingkungan ladang dan menerapkan tindakan yang cocok agar tanaman dapat tumbuh dengan baik. Penggunaan teknologi digital dalam proses *off farm* atau pada proses pemasaran hasil tani yang termasuk ke dalam siklus distribusi atau rantai pasok produk hasil pertanian atau hasil tani itu sendiri akan sangat membantu petani dalam mendistribusikan hasil tannya langsung ke konsumen sehingga petani tidak terlalu bergantung pada tengkulak dalam memasarkan hasil taninya serta petani sendiri dapat menentukan harga-harga dari hasil tani yang dipasarkan.

Secara sederhana pertanian adalah sebagai suatu usaha untuk mengadakan suatu ekosistem buatan yang bertugas menyediakan bahan makanan bagi manusia. Dalam arti sempit pertanian adalah "bercocok tanam". Pertanian dalam arti luas meliputi pertanian tanaman, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan. Pertanian merupakan salah satu sektor yang berperan besar dalam proses pembangunan nasional dimana pertanian membantu dalam pengentasan kemiskinan dan merupakan sumber devisa negara. Pembangunan pertanian adalah upaya-upaya pengelolaan sumber daya alam yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan petani serta memastikan kapasitas produksi pertanian jangka panjang melalui upaya-upaya pendekatan yang ramah terhadap lingkungan dan petani itu sendiri (Hafizh Firdaus Yuspriana, et.al, 2020). Adanya internet sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital sangat membantu manusia dalam melakukan aktifitas memenuhi kebutuhan hidup. Perkembangan internet mempermudah segala hal seperti aktifitas perdagangan yang dapat dilakukan melalui jaringan sehingga melakukan jual-beli melalui internet juga merubah cara pembelian pemasaran (Lupioyadi, 2013). Dapat dikatakan pula bahwa adanya internet menjadikan sektor perekonomian selalu terkait dengan penggunaan internet. Begitu pula pada sektor pertanian, internet juga akan membantu dan mempermudah petani dalam mendistribusikan hasil tani tanpa harus melalui tengkulak. Menjadi tantangan tersendiri bagi petani dalam menggunakan internet untuk membantu aktifitas pertanian yang petani lakukan mengingat banyak penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan internet di kalangan petani masih

minim. Hal tersebut dikarenakan oleh kendala-kendala dari petani itu sendiri dan kelompok tani serta dari sistem pertanian yang ada di wilayah areal yang berbasis pertanian itu sendiri (Mulyandari,2011). Salah satu penyebabnya yaitu model pemasaran hasil tani oleh petani yang masih bersifat konvensional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut ditambah dengan kurangnya informasi yang diterima oleh petani terkait penggunaan teknologi khususnya di bidang pertanian. Kurangnya informasi serta pelatihan terhadap petani baik petani yang berkerja di bidang pertanian yang berbasis industri maupun pertanian rumahan dalam penggunaan teknologi pertanian, ketersediaan internet yang belum bisa menjangkau pelosok desa, hal ini tentunya berdampak pada kemandekan teknologi pertanian (Mulyandari,2011).

Kemandekan dalam menggunakan teknologi baik teknologi pertanian, teknologi digital ataupun teknologi informasi komunikasi dapat diatasi dengan pemanfaatan teknologi digital atau teknologi informasi komunikasi digital sebagai media akses dalam mensejahterahkan kehidupan petani. Untuk mewujudkan hal ini maka diperlukan sinergitas dari tiap sistem usaha tani yang berhubungan langsung sehingga diperlukan koordinasi informasi antar pihak-pihak yang memiliki kapasitas sebagai ujung tombak, sehingga dapat terjadi pertukaran informasi (Sumardjo et al 2009). Platform digital sebagai salah satu bentuk media atau wadah yang berbasis jaringan dan aplikasi yang memfasilitasi bertemunya para pihak untuk dapat saling bertukar informasi, menawarkan jasa layanan maupun untuk transaksi jual beli yang mana semua aktifitas tersebut dapat dilakukan pada satu tempat tanpa harus bertatap muka secara langsung serta dilakukan secara efektif efisien. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Amin yang kemudian merekomendasikan penggunaan aplikasi sebagai bentuk teknologi yang akan sangat membantu petani serta pengembangan inovasi-inovasi pada bidang pertanian selain itu juga penyampaian informasi yang cepat dan tepat kepada petani akan sangat membantu petani dalam memproduksi hasil tani berkualitas baik sekaligus memberdayakan petani agar selalu mendapatkan pengetahuan baru tentang perkembangan teknologi pertanian, teknologi budidaya, teknologi pengolahan, prakiraan cuaca, informasi pasar, adanya varietas baru tanaman pangan dan informasi pertanian secara umum (Amin.et.al,2013). Mudahnnya dalam mengakses internet sebagai sumber informasi pertanian akan sangat membantu petani dalam memahami lebih lanjut tentang tata

cara pengolahan pertanian dan menjual produk hasil tani berkualitas baik tanpa merugikan petani sekaligus membantu petani dalam memahami segala informasi yang ada dalam masyarakat dengan mendapatkan informasi melalui media internet maupun media digital (Ogbonna dan Agwu,2013).

Penggunaan teknologi digital dalam pendistribusian hasil tani dapat disebut sebagai pemasaran digital. Konsumen saat ini sudah melek teknologi, segala sesuatu dapat dilakukan secara praktis dengan bantuan *smartphone*. Konsumen sudah biasa bertransaksi jual-beli secara online termasuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti bahan pokok makanan atau produk hasil tani lainnya hanya melalui *smartphone* saja, bahkan konsumenpun dapat melihat darimana asal usul produk yang dijual. Melihat peluang menguntungkan dan betapa mudah serta praktisnya dalam melakukan pemasaran hasil tani secara online dengan memanfaatkan platform digital berupa aplikasi yang terpasang dalam *smartphone*, tentunya akan sangat membantu petani dalam mendistribusikan hasil tani ke konsumen secara langsung dengan mudah, praktis, efisien serta sangat menguntungkan petani. Pemasaran hasil tani secara digital merupakan proses *off-farm* yang memanfaatkan platform digital berupa aplikasi digital yang terpasang pada *smartphone*. Pemanfaatan aplikasi digital tersebut akan sangat membantu petani dalam proses pemasaran dan penelusuran rantai distribusi, selain itu juga akan membuka lebar rantai informasi kepada petani dan harga semakin kompetitif dalam pemasaran produk hasil tani. Pemanfaatan platform digital bisa melalui penggunaan aplikasi *marketplace* maupun *e-commerce*.

*Marketplace* dan *e-commerce* merupakan sama-sama termasuk ke dalam platform digital yang menyediakan wadah dalam transaksi perdagangan online. Sepintas terlihat memiliki pengertian yang sama namun *marketplace* dan *e-commerce* memiliki pengertian yang berbeda. *Marketplace* adalah platform digital yang berperan sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam melakukan proses transaksi produk secara online atau disebut juga sebagai pasar daring yang juga menyediakan berbagai fasilitas sebagai metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur lainnya (Nurul & Oky,2021). *E-commerce* adalah mengacu pada berbagai aktivitas komersial online yang berfokus pada pertukaran komoditas dengan metode elektronik, khususnya jaringan komputer, oleh

perusahaan, pabrik, pelaku industri dan konsumen (Eka Suweantara, et al., 2017). Menurut Rahmati (Rahmati, 2009), *e-commerce* merupakan singkatan dari *electronic Commerce* yang berarti sistem pemasaran dengan media elektronik. *E-Commerce* ini meliputi penjualan, pembelian, distribusi, service dan marketing sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti jaringan internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. *E-commerce* merupakan perpaduan atau gabungan antara barang dan jasa. *E-commerce* dapat menjadi platform digital pemasaran barang dan jasa yang mana *e-commerce* ini perkembangannya sangat pesat di Indonesia. Berbagai macam *marketplace* dan *e-commerce* bermunculan dan bersaing secara kompetitif dalam menawarkan jasa pemasaran digital.

Memanfaatkan platform digital khusus pertanian tersebut akan menguntungkan petani, seperti:

1. Aplikasi mudah diakses dimana saja;
2. Mendapatkan umpan balik secara langsung mengingat aplikasi pertanian yang interaktif;
3. Mempermudah petani dalam mengakses informasi dan akses pasar sehingga membantu pendapatan petani;
4. Dapat membentuk kelompok tani secara virtual serta menghubungkan banyak pihak melalui akses daring. (Kadhung Prayoga, 2015)

Berbagai kemudahan dan keuntungan yang diperoleh petani ketika memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran hasil tani ke konsumen, diharapkan ke depannya dapat mengubah pola pikir petani untuk memanfaatkan teknologi bagi teknologi pertanian maupun teknologi digital dalam pemasaran hasil tani sehingga petani tidak gagap teknologi dan siap bersaing dalam menghasilkan produk hasil tani berkualitas baik bernilai jual tinggi.

Banyaknya platform digital berupa aplikasi mobile serta website *marketplace* dan *e-commerce* yang ada di Indonesia tentu akan membingungkan petani. Berdasarkan hasil penelusuran penulis, maka berikut beberapa platform digital yang dapat dimanfaatkan petani dalam mendistribusikan dan memasarkan hasil taninya ke konsumen.

#### **a. TaniHub.**

TaniHub memudahkan petani dalam mengakses informasi pasar dan konsumen yang berasal dari berbagai golongan, mulai dari individu, hotel, retail serta restoran. Pada TaniHub, petani dapat memasarkan hasil taninya seperti sayuran organik dan non organik, hasil ternak, buah-buahan organik maupun non organik kepada konsumen tanpa harus mengeluarkan biaya lebih dalam proses pengiriman ke konsumen. Rantai pemasaran yang selama ini menjadi masalah petani menjadi lebih mudah dengan adanya aplikasi ini karena petani bisa bertindak sendiri sebagai penjual dan berinteraksi dengan konsumennya. TaniHub sebenarnya menggunakan sistem *business to business* yang mencoba mempertemukan pemilik bisnis pangan dengan pembeli dalam satu marketplace. Lewat TaniHub, konsumen bisa dengan mudah membandingkan harga, mendapatkan promo, melacak pesannya, hingga bisa memilih metode pembayaran sendiri; (Kadhung Prayoga, 2015).

#### **b. Kecipir**

Merupakan platform digital yang memiliki sistem mirip dengan TaniHub dan sama-sama bertujuan untuk memperpendek rantai distribusi dari pemasaran hasil tani. Melalui aplikasi digital ini, petani tidak perlu khawatir mengalami kerugian seperti halnya menjual hasil tani ke tengkulak karena dengan aplikasi Kecipir ini tengkulak tidak dapat memainkan harga pasar dan petani bisa mendapatkan keuntungan lebih dalam memasarkan hasil taninya. Kecipir memiliki sistem unik yaitu adanya harga kesepakatan setiap enam bulan. Selama kurun waktu enam bulan harga yang diterima akanselalu tetap dan petani tidak terpengaruh jika harganya sedang turun. Sayuran yang dijual juga semuanya organik dan terdapat grade untuk tiap sayuran, mulai dari grade A+, grade A, grade B, dan grade C. (Kadhung Prayoga, 2015)

#### **c. AGOMA (Agricultural Online Market)**

AGOMA dirancang sebagai inovasi dengan meniru sistem tengkulak konvensional dan diadopsi ke dalam bentuk platform digital. Tengkulak merupakan seseorang ataupun kelompok yang berfungsi sebagai jembatan antara petani dengan konsumen. Tengkulak konvensional digantikan dengan platform digital sehingga petani jika memiliki hasil tani setelah selesai panen dapat segera memasarkannya secara daring langsung dari

*smartphone* nya. Konsumen akan dipermudah ketika ingin mencari bahan pangan hasil tani maka langsung dapat membuka AGOMA dan memilih produk hasil tani yang diinginkan. Mengganti tengkulak konvensional menjadi platform digital ini diharapkan dapat membantu petani terutama dalam memperluas jangkauan penjualan dari hasil tani serta memperbesar keuntungan yang didapat karena tidak membutuhkan tengkulak konvensional lagi. (Hafizh Firdaus Yuspriana, et.al, 2020)

#### **d. Aplikasi PETANI**

Aplikasi mobile ini dibuat bertujuan untuk mendorong terwujudnya pasar digital pertanian di Indonesia yang dimulai dari tahun 2021. Dengan adanya aplikasi PETANI ini maka petani dapat terhubung langsung dengan stakeholder pertanian seperti pembeli akhir, supplier alat dan bahan pertanian, transporter dan pihak-pihak lainnya yang membantu mendistribusikan hasil tani dari petani ke konsumen. (Sumardjo, 2021).

#### **e. LimaKilo**

Aplikasi berbasis sistem android ini wajib terpasang pada *smartphone* setiap orang yang ingin membeli bahan baku makanan atau hasil tani langsung ke petaninya. Melalui aplikasi LimaKilo, petani dapat langsung menjual produksi hasil tani langsung ke konsumen tanpa melalui penadah atau tengkulak terlebih dahulu. Konsumen pun dapat langsung berkomunikasi ke petani melalui aplikasi ini sehingga memudahkan konsumen memilih langsung kualitas dan apa saja produk hasil tani yang ingin dibeli oleh konsumen dari petani. Melalui aplikasi ini, petani akan sangat diuntungkan karena dapat penghasilan lebih tinggi dibandingkan melalui tengkulak dan juga memperpendek rantai pasok hasil tani serta praktis, cepat dan efisien. (Sumardjo, 2021)

Selain juga memanfaatkan platform digital khusus pertanian, petani juga dapat memanfaatkan platform digital berupa *marketplace* dan *e-commerce*. Ada beberapa aplikasi *marketplace* dan *e-commerce* yang sudah dikenal di Indonesia yang dapat dimanfaatkan petani dalam memasarkan produksi hasil taninya, antara lain:

#### **a. Agromaret**

Agromaret adalah komunitas sekaligus marketplace yang berfokus pada sektor pertanian dan telah beroperasi sejak tahun 2009. Agromaret bertujuan untuk mengurangi dominasi pasar bagi sekelompok orang, menciptakan peluang pasar

yang seluas-luasnya bagi para petani, menjadi sentra informasi di bidang pertanian. Agromaret bertujuan untuk membantu petani pemasaran Petani, peternak, hingga nelayan saat ini bisa memasarkan hasil panennya sendiri secara online tanpa bantuan tengkulak. Agromaret berusaha memecahkan permasalahan atas sulitnya para petani, peternak, hingga nelayan untuk memasarkan hasil panennya. (Finansialku, 2017)

#### **b. Pantau Harga**

Aplikasi ini membantu konsumen memantau harga komoditas pangan di lingkungan sekitar mereka, dan membeli produk tersebut dengan kualitas yang baik serta harga yang kompetitif. Ada konsumen tentu ada penjual. Pada aplikasi ini, petani, nelayan, dan peternak juga bisa menjual produk mereka dengan harga yang lebih tinggi dibanding ketika mereka menjualnya kepada tengkulak. (Finansialku, 2017)

#### **e. Sayurbox**

Sayurbox menyediakan pelayanan bagi konsumen untuk memesan produk langsung dari petani. Salah satu situs belanja sayur online ini mengirimkan produk hasil tani dari mitra petani mereka langsung ke rumah. Sebagai usaha rintisan, Sayurbox berusaha untuk memberi akses kepada produk-produk konvensional, organik, hidroponik, bebas pestisida, dan bebas bahan kimia yang berkualitas baik langsung dari petani yang menanamnya. Konsep “farm-to-table diusung Sayur Box bersumber dari petani dan diantarkan langsung ke rumah. Hal tersebut dilakukan untuk memutus rantai pasokan produk segar yang panjang dan kompleks. Sehingga dapat membantu petani lokal di Indonesia menerima pendapatan yang lebih baik atas kerja keras mereka dan membantu konsumen mendapatkan produk berkualitas baik dengan harga yang lebih terjangkau. (Line, 2021)

Harapan dengan adanya *marketplace* sebagai wadah bagi bermacam-macam hasil pertanian ini adalah dapat mengurangi permainan tengkulak yang terkadang memainkan harga beli produk hasil tani dari petani sehingga tak jarang petani yang dirugikan. Dengan memutus rantai distribusi yang panjang tersebut dan menggantinya dengan rantai distribusi pasok yang pendek, tentu harga produk hasil tani akan sesuai dengan harga pasar dan petani mendapat keuntungan secara langsung. *Marketplace* tersebut juga membantu petani agar lebih mandiri, sehingga dapat bertransaksi langsung dengan konsumennya. Selain itu, sistem jual beli hasil tani online juga dapat meningkatkan penghasilan petani hingga 15-20% (Finansialku, 2017).



## 4. PENUTUP

### 4.1. Simpulan

Pemanfaatan platform digital sebagai media pendistribusian hasil tani dari petani ke konsumen akan sangat membantu petani dalam meningkatkan taraf kesejahteraan hidup petani. Menggunakan platform digital akan mempermudah petani dalam memasarkan produksi hasil tani langsung ke konsumen tanpa melalui tengkulak tanpa memutus rantai pasokan ke konsumen atau memperpendek rantai pasokan bahan baku ke konsumen. Pemasaran hasil tani menggunakan platform digital maka petani dapat langsung berinteraksi dengan konsumen dan konsumen pun dapat dengan mudah mengetahui produk yang ditawarkan petani. Konsumenpun dapat melakukan perbandingan antara produk serta dapat memilih langsung kualitas produk hasil tani yang akan dibeli sebelum melakukan transaksi serta jangkauan pasar sangat luas. Petani dengan mudah mengetahui harga pasar sehingga dalam memasarkan produk hasil taninya akan mendapatkan keuntungan yang lumayan tinggi dibandingkan menjual produk hasil taninya melalui tengkulak. Dengan memanfaatkan platform digital dalam pendistribusian hasil taninya maka petani juga lebih menghemat biaya transportasi, efisiensi waktu, praktis dan cepat dalam melakukan transaksi jual beli dengan konsumen, dapat dilakukan dimana pun dengan bantuan perangkat mobile atau *smartphone*, bisa berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan Menghasilkan tingkat penjualan yang lebih tinggi karena semakin sempitnya batasan jarak dan waktu. Melihat manfaat penggunaan platform digital bagi petani dalam memasarkan produk hasil taninya sangat banyak maka petani dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya dengan mendapatkan penghasilan dan keuntungan tinggi dari memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk hasil tani langsung kepada konsumen.

### 4.2. Saran

Pemanfaatan platform digital sebagai media pendistribusian hasil tani secara luas and umum terutama untuk petani di pedesaan masih memerlukan waktu cukup lama dan memerlukan ketersediaan sarana prasarana yang memadai. Hambatan dalam pemanfaatan platform digital dapat berupa teknis dan non-teknis yang membutuhkan kerjasama utuh antara petani, pemerintah, pengembang dari platform digital, pebisnis dan para konsumen. Platform digital baik

berupa *E-commerce* maupun *marketplace* atau aplikasi digital masih membutuhkan waktu lama untuk dikenal dan diterima di daerah-daerah pedesaan Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

Amin, M, Sugiyanto, Sukei, K, Ismadi. 2013. Application of Cyber Extension as Communication Media to Empower The Dry Land Farmer at Donggala District, Central Sulawesi. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. Vol. 3 (4). Hal.379-385.

<https://id.techinasia.com/kumpulan-emstartupem-dan-aplikasi-pertanian-di-indonesia> diakses pada tanggal 15 Juni 2022.

<https://today.line.me/id/v2/article/25J61N> diakses pada tanggal 15 Juni 2022.

<https://www.finansialku.com/marketplace-pertanian/> diakses pada tanggal 15 Juni 2022.

Kadhung Prayoga.2015. Aplikasi Digital Pertanian: Geliat Pemberdayaan Petani di Era Virtual.Makalah.

Lupiyoadi, R. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Salemba Empat. Jakarta.

Mulyandari RSH. 2011. *Cyber Extension Sebagai Media Komunikasi dalam Pemberdayaan Petani Sayuran*. [Disertasi]. Institut Pertanian Bogor. Bogor\

Nurul Hidayati, Oky Arianto Putra. 2021. Penerapan E-Commerce Untuk Strategi Pemasaran Produk Pertanian Pada Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Sumber Makmur. *Prosiding Snebdewa 2021*. Volume 1 No 1 Tahun 202. Hal. 161 - 168

Ogbonna O.I dan Agwi A.E. 2013. Access and Uses of Information Communication Technologies by Rural Farmers in Enugu North Senatorial Zone, Enugu State. *Scholarly Journal of Agricultural Science* Vol. 3 (7), pp 264-270.

Pujianto, Novari,S. 2016. Marketplace Dan E-Commerce Bagi Petani Guna Peningkatan Penjualan Hasil Pertanian. *Prosiding Seminar*

*Nasional Teknologi Informasi, Bisnis, dan Desain*, STMIK – Politeknik PalComTech 12 Mei 2016.

Puspitasari, R.D. 2019. Pertanian Berkelanjutan Berbasis Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*. Vol. 3(1). Hal.26-28.

Rahmati. 2009. Pemanfaatan E-commerce Dalam Bisnis Di Indonesia <http://citozcome.blogspot.com/2009/05/pemanfaatan-e-commerce-dalambisnisidi.html>. Diakses tanggal 15 Juni 2022.

Sumardjo, Baga L.M, Mulyandari R.S.H. 2009. *Cyber Extension. Peluang dan Tantangan dalam Revitalisasi Penyuluhan Pertanian*. IPB Press. Bogor.

Sumardjo. 2021. *Identifikasi Kecenderungan Kebutuhan Teknologi Digital Pada Profesi Sektor Pertanian*. Makalah disampaikan dalam Webinar “Identifikasi Tren Teknologi Digital di Pembangunan Sektor Pertanian” di Badan Litbang Kominfo, tanggal 23 April 2021.

Suweantara.E, Martana. I.G.S.A, Suarya.A, Widiartha.I.M. 2017. Aplikasi E-Tani Sebagai Strategi Peningkatan Kualitas dan Kesejahteraan Para Petani. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi*

*Informasi dan Aplikasinya: “Internet of Think (IoT) & Big Data : Teknologi, Tantangan dan Peluang”*. Program Studi Teknik Informatika, FMIPA Universitas Udayana. Jimbaran. Hal.142-149

Syauqi, R.F, Purnaningsih.N. 2020. Penggunaan Internet di Kalangan Petani Talas dalam Memperoleh Informasi Pertanian pada Kelompok Tani Saluyu, Situgede, Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*. Juli 2020, Vol 2 (5) 2020. Hal.782–787

Utami, D.P. 2020. Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo. *Prosiding Seminar Nasional Pertanian Universitas Muhammadiyah Mataram*. Seminar Nasional Karya Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Mataram: “Peningkatan Daya Saing Hasil Pertanian Menuju Revolusi Industri 4.0”, 20-21 Oktober 2020. Mataram. Hal. 25-32

Yuspriana, H.F, Wibowo,M.R, Hendarman, N.G, Hendriya. 2020. Inovasi Sistem Tengkulak pada Sektor Pertanian dengan Mengimplementasikan Platform Digital (AGOMA). *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat SEMNASKOM 2020 Universitas Mataram*. Mataram. Hal.113-116.

## DIGITALISASI SISTEM PELAPORAN KEUANGAN BERBASIS CLOUD ACCOUNTING PADA UMKM

Ni Luh Putu Uttari Premananda<sup>1</sup>, dan Md. Yudyantara Risadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Industri Perjalanan, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Jl. Ratna No.51, Denpasar 80236, Indonesia, email: nanda@uhnsugriwa.ac.id

<sup>2</sup>Industri Perjalanan, Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Jl. Ratna No.51, Denpasar 80236, Indonesia, email: yudyantara@uhnsugriwa.ac.id

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pertimbangan keputusan terkait digitalisasi sistem pelaporan keuangan berbasis *cloud accounting* untuk usaha mikro, kecil dan menengah, yang telah berevolusi bersamaan dengan revolusi teknologi informasi hingga kemudian mengubah proses pengambilan keputusan pemilik dan manajemen usaha kecil dan menengah. Penelitian ini memberikan tinjauan komprehensif digitalisasi sistem pelaporan keuangan berbasis *cloud* untuk usaha mikro, kecil dan menengah.

**Kata kunci:** sistem pelaporan keuangan, *cloud accounting*, UMKM

### Abstract

*The purpose of this study is to identify decision considerations related to the digitization of cloud accounting-based financial reporting systems for micro, small and medium enterprises, which have evolved along with the information technology revolution to later change the decision-making processes of owners and management of small and medium-sized businesses. This research provides a comprehensive overview of digitizing cloud-based financial reporting systems for micro, small and medium enterprises.*

**Keywords:** financial reporting system, cloud accounting, MSME.

### PENDAHULUAN

Akuntansi merupakan industri yang mengalami banyak perubahan, dan sebagian besarnya dipicu oleh pesatnya kemajuan teknologi (Khanom, 2017). Inovasi-inovasi yang muncul di bidang akuntansi yakni aplikasi akuntansi berbasis online atau *cloud accounting*. Dilihat dari fungsinya, baik *cloud accounting software* dan *software* akuntansi pada umumnya memiliki fungsi yang sama, namun yang membedakan adalah terkait cara mengakses *cloud accounting software* yang dijalankan suatu server, dan aplikasi dijalankan dengan menggunakan jaringan internet (Piyush dan Modi, 2018). Karena aplikasi dijalankan dengan internet, maka penyimpanan data untuk *cloud accounting software* ini berada di pusat data penyedia layanan software tersebut, maka *cloud accounting software* ini memungkinkan pengguna untuk mengakses dan mengoperasikan data mereka di manapun dan kapanpun (Dimitriu dan Matei, 2015). Dengan hanya memiliki akses internet telah cukup untuk melakukan proses kegiatan akuntansi tanpa perlu membeli software tertentu, server dan komputer dengan

kecepatan pemrosesan tinggi (Sadighi, 2014). Cukup dengan membayar biaya hosting, *cloud accounting software* secara otomatis diperbaharui ke versi terbaru oleh penyedia, serta perbaikan juga tersedia kapan saja (Sadighi, 2014).

Perkembangan teknologi di era industri 4.0 menekankan pada pola ekonomi digital, *artificial intelligence*, *big data*, atau dikenal dengan fenomena *disruptive innovation*, membuat pencatatan akuntansi juga mengalami perkembangan, yang dibuktikan dengan hadirnya aplikasi-aplikasi yang mendukung aktivitas akuntansi, yakni aplikasi berbasis web (web base) atau berbasis perangkat portabel (mobile web application) melalui smartphone atau tablet.

Bisnis kecil adalah penerima manfaat terbesar dari *cloud accounting*, karena dengan bekerja menggunakan *cloud* dapat membantu untuk mengurangi pekerjaan yang menghabiskan waktu, dan memungkinkan untuk fokus pada pengembangan bisnis mereka (Piyush dan Modi, 2018). Dari segi biaya yang dikeluarkan juga lebih sedikit karena mereka hanya perlu membayar biaya berlangganan secara berkala berdasarkan kegunaan daripada

mengeluarkan biaya untuk membeli aplikasi dan perangkat keras yang mahal (Dimitriu dan Matei, 2015).

Bisnis kecil yang dipengaruhi oleh *cloud* adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia sangat berkontribusi dalam perekonomian, Kontribusi tersebut memiliki dampak terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 60% serta serapan tenaga kerja sebesar 99,9%. Penerapan akuntansi yang tepat dan benar oleh para pelaku usaha merupakan cara memberdayakan UMKM, terutama dalam pengambilan keputusan strategis atas aktivitas ekonomi. Secara karakteristik, UMKM memiliki karakteristik yang unik baik dari segi skala usaha, proses bisnis, serta siklus ekonominya, sehingga penerapan akuntansinya harus sesuai kebutuhannya.

Dalam perkembangan bisnisnya, UMKM dianggap perlu dalam menyajikan informasi yang akurat dalam laporan keuangan UMKM khususnya untuk mengetahui laba atau rugi usaha yang diperoleh tiap periode akuntansi. Penerapan sistem akuntansi pada UMKM juga penting bagi pemilik usaha agar memperoleh informasi secara tepat terkait gambaran siklus usaha yang sedang dijalankan. Hingga saat ini, penelitian terkait *cloud accounting* pada entitas UMKM masih sangat minim. Hal ini dapat terlihat dari masih sedikitnya penelitian dengan tema ini di Indonesia. Terkait hal tersebut, maka penelitian mengenai pelaporan keuangan berbasis *cloud accounting* pada UMKM perlu dilakukan.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah melakukan studi literatur dengan analisis konten dari berbagai buku, jurnal penelitian dan referensi ilmiah lainnya di Indonesia yang membahas mengenai *cloud accounting* melalui google scholar pada periode tahun 2011-2021. Kata kunci atau keyword yang digunakan sebagai berikut: "Akuntansi Digital UMKM", "Akuntansi Online UMKM", "Akuntansi Awan UMKM", "Akuntansi Mobile UMKM". Tambahan kata kunci lainnya ialah "Cloud Accounting UMKM".

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Akuntansi Tradisional versus *Cloud Accounting*

Dalam presentasinya Phillips (2012) secara singkat menyajikan empat generasi aplikasi akuntansi dan membagi mereka menjadi tiga periode utama, seperti yang akan dijelaskan berikut ini:

1. Kurun 90-an' didominasi oleh kategori pertama *software* akuntansi, dicap sebagai era "Windows", ditandai dengan aplikasi yang padat namun mudah digunakan, penting bagi semua klien, terlepas dari besar kecilnya. Fitur yang paling menonjol dari

aplikasi ini adalah bahwa jurnal akuntansi dan laporan berada di bawah kontrol yang ketat dari pengguna.

2. Kurun 00s' termasuk dua kategori *software* akuntansi: "Integrasi" - ditandai dengan aplikasi akuntansi menggunakan data yang disimpan secara lokal atau pada *server* - dan "SaaS" - ditandai dengan aplikasi *multi-tenant* berdasarkan *database* yang kuat disimpan di lokasi yang aman dan secara bersamaan diakses melalui *internet* oleh kedua klien dan akuntan.

3. Kurun 2010 - Hadir - dikenal sebagai periode *software* akuntansi "*Mobile*", penyebab adanya *dashboard* keuangan berbasis *internet* dan keberadaan aplikasi *mobile* yang melayani kebutuhan apapun kapanpun.

3. Bogdan et al. (2013) mengungkapkan adanya *cost-saving* yang dapat dihasilkan dari migrasi ke *cloud accounting* (Tabel 1) dengan mengklasifikasikan langkah-langkah dalam operasional akuntansi kemudian memberikan bobot pada setiap langkah tersebut. Selanjutnya akan dilakukan identifikasi apakah langkah-langkah operasional yang dilakukan dapat dialihkan ke *cloud accounting*. Bila dapat dialihkan, maka berikutnya akan diukur berapa persentase yang dapat dialihkan. Terakhir adalah kuantifikasi ke unit moneter penghematan yang dihasilkan dari proses migrasi tersebut.

Steps:	Weight in total annual operations	Possibility of moving to the cloud	Percentage of moving to the cloud	Cost saving generated by:	
				Accounting company	Authorized accountant
Setting out the balance of accounts prior to inventory	15%	YES	100%	103.5	90
General inventory of assets and debts	15%	NO	0%	0	0
Checking the accounts, ending' balance	10%	YES	100%	69	60
Accruals transactions	10%	YES	50%	34.5	30
Setting out the balance of accounts after the inventory and regulatory operations	10%	YES	100%	69	60
Determining the profit or loss, profit distribution or funding loss	10%	YES	100%	69	60
Setting out the final balance of accounts	10%	YES	100%	69	60
Accomplishing the major financial statements	10%	YES	100%	69	60
Accomplishing the annexes to the financial statements	10%	YES	30%	20.7	18
<b>TOTAL</b>				<b>503.7</b>	<b>438</b>

**Tabel 1.** Penghematan Biaya karena Migrasi ke *Cloud Accounting*

Bogdan et al. (2013) menggunakan model perhitungan *Return on Investment* dari Misra dan Mondal (2010):

$$ROI \text{ for cloud} = \frac{\text{Increase in profits} + \text{Reduction of costs} - \text{Cloud costs}}{\text{Cloud costs}}$$

ROI tersebut menghitung total keseluruhan kenaikan keuntungan dan penghematan biaya bersih yang dihasilkan setelah dikurangi dengan biaya-biaya Cloud Computing dibanding dengan total biaya Cloud Computing. Bogdan et al. (2013) kemudian menggunakannya untuk menghitung ROI dalam penelitiannya untuk sistem yang memiliki 10, 30 dan 50 pengguna.

Accounting company – 10 users		
Monthly	Expert Accounts	e-contabilitate.ro
Profit growth	10	10
Cost saving	217.5	217.5
Cloud related costs	100	20
ROI	1.275	10.375

**Tabel 2.** ROI untuk 10 Pengguna

Accounting company – 10 users		
Monthly	Expert Accounts	e-contabilitate.ro
Profit growth	10	10
Cost saving	217.5	217.5
Cloud related costs	100	20
ROI	1.275	10.375

**Tabel 3.** ROI untuk 50 Pengguna

Accounting company - 30 users		
Monthly	Expert Accounts	e-contabilitate.ro
Profit growth	10	10
Cost saving	217.5	217.5
Cloud related costs	97	18
ROI	1.345360825	11.63888889

**Tabel 4.** ROI untuk 30 Pengguna

Selain ROI, cara perbandingan kedua adalah menggunakan *Total Cost of Ownership* di mana secara sederhana menghitung semua biaya yang mungkin terjadi antara akuisisi sistem akuntansi tradisional dengan berbasis *cloud*.

### Alasan Perusahaan Memilih Layanan Berbasis Cloud

Ada beberapa hal yang menjadi alasan bagi sebuah perusahaan untuk memilih menggunakan layanan berbasis cloud menurut Khanom (2017) diantaranya :

1. Menjaga fokus bisnis perusahaan: Dengan memilih layanan cloud, perusahaan dapat lebih fokus mengembangkan bisnis intinya, dibanding harus memikirkan pengembangan perangkat lunak dan keamanan data mereka. Perusahaan dapat menjalankan usaha dengan lebih efisien, sehingga kelebihan dana yang dimiliki dapat diinvestasikan kedalam pengembangan bisnis perusahaan.
2. Business Agility: Secara ringkas business agility adalah kemampuan perusahaan untuk berkembang secara dinamis mengikuti perkembangan zaman, teknologi, persaingan usaha dan kondisi terkini di bidang usaha yang perusahaan geluti. Dengan penggunaan teknologi cloud, perusahaan yang memiliki keterbatasan di bidang teknologi dapat mengikuti
3. Mengurangi biaya modal: Biaya modal yang harus dikeluarkan untuk membuat pusat data (data center) perusahaan atau membeli perangkat lunak tradisional, digantikan dengan beban bulanan untuk berlangganan jasa cloud yang jauh lebih murah dan terjangkau bagi perusahaan kecil atau UMKM.
4. Skala Bisnis: Perusahaan pengguna dapat memilih layanan cloud yang mereka butuhkan, disesuaikan dengan kondisi usaha dan skala bisnis yang dimiliki.
5. Kemudahan Akses: Dapat melakukan usaha tanpa batasan ruang dan waktu. Perusahaan pengguna dapat mengakses data perusahaan kapanpun dan dimanapun selama ada koneksi internet yang memadai.
6. Efisiensi Tenaga Kerja : Perusahaan dapat mengurangi tenaga kerja di departemen TI. Proses akuntansi yang dilakukan melalui cloud merupakan solusi yang inovatif bagi perusahaan kecil dan menengah karena dapat menghemat dana untuk pengembangan perangkat lunak akuntansi (Christauskas & Miseviciene, 2012). Tabel 1 menjelaskan perbedaan antara pembelian lisensi perangkat lunak tradisional yang diinstal ke komputer perusahaan pengguna (users) dengan cloud.

### Keunggulan dan Risiko Cloud Accounting

Kelebihan yang dimiliki oleh cloud accounting dibandingkan dengan perangkat lunak akuntansi tradisional terangkum dari berbagai penelitian

(Christauskas & Miseviciene, 2012; Dimitriu & Matei, 2014; Khanom, 2017; Popivniak, 2019) sebagai berikut:

1. Biaya murah: Perusahaan pengguna (users) tidak perlu mengeluarkan biaya investasi untuk pembelian perangkat lunak akuntansi berlisensi atau mendirikan pusat data TI tersendiri. Pengurangan biaya staf TI untuk instalasi atau pemeliharaan data dan peralatan. Perusahaan juga dapat mengubah pengeluaran biaya modal (investasi) kedalam beban operasional bulanan dalam bentuk beban sewa layanan cloud accounting. Hal ini tentu saja sangat membantu perusahaan kecil atau UMKM yang memiliki keterbatasan modal.
2. Kemudahan Akses: Pengguna dapat mengakses berbagai informasi akuntansi melalui perangkat teknologi yang terhubung dengan internet tanpa dibatasi oleh tempat dan waktu. Pengguna juga dapat memberikan akses untuk berbagi informasi kepada pihak lain yang dikehendaki, sehingga memudahkan untuk melakukan koordinasi dan penyamaan informasi.
3. Fasilitas dan layanan: Perusahaan penyedia layanan cloud accounting menawarkan berbagai keuntungan bagi pengguna diantaranya pembaharuan sistem secara gratis, kapasitas penyimpanan data di server yang memadai, pemeliharaan dan pencadangan (back up) data, termasuk layanan keluhan pelanggan.
4. Real Time Information Updating: Setiap perubahan atau input data yang dilakukan oleh pengguna akan segera tercatat didalam sistem, sehingga setiap saat para pengguna dapat mengetahui kondisi terkini dari perusahaan.
5. Keamanan data: Setiap data yang tersimpan dijamin keamanannya oleh provider.

Disamping berbagai kelebihan cloud accounting di atas, ada beberapa resiko, hambatan atau kendala yang mungkin dihadapi oleh pengguna layanan (Christauskas & Miseviciene, 2012; Dimitriu & Matei, 2014; Khanom, 2017) sebagai berikut:

1. Keamanan data : Kerahasiaan dan keamanan data merupakan salah satu isu penting yang dihadapi oleh penyedia layanan dan pengguna. Kemungkinan terjadinya kebocoran data bisa dialami dari sisi penyedia jasa maupun pengguna. Pihak yang tidak bertanggung jawab dapat melakukan kegiatan perusakan atau bahkan menghilangkan data. Ini yang menjadi salah satu alasan perusahaan belum menggunakan layanan cloud sebagai tempat pengolahan data keuangan mereka, dan lebih memilih untuk menyimpan datanya secara

mandiri. Terutama lembaga yang mengolah data penting dan sensitif seperti bank atau institusi kesehatan.

2. Terbatasnya akses internet : Di area tertentu dimana belum terjangkau layanan internet atau memiliki koneksi internet yang tidak stabil, layanan cloud akan sulit untuk diakses.
3. Hilangnya kontrol : Perusahaan pengguna kehilangan kontrol atas perangkat lunak yang dimiliki, karena pengendalian penuh atas sistem dimiliki oleh penyedia jasa. Selain itu pengguna akan memiliki ketergantungan kepada penyedia jasa untuk melakukan pemeliharaan, pembaharuan, dan pengelolaan sistem.

### **Dampak *Cloud Accounting* terhadap Operasional Perusahaan**

Pengaruh perkembangan teknologi cloud telah mengubah pola bisnis perusahaan sejak tahun 2010. Walaupun saat ini masih banyak perusahaan yang masih menyimpan datanya secara mandiri, diperkirakan pada tahun 2030 hampir seluruh perusahaan di dunia akan beralih menggunakan perangkat lunak dan penyimpanan data melalui teknologi cloud (Ackerman, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Ahmed (2020) menunjukkan bahwa keuntungan dari migrasi data ke cloud diantaranya adalah sentralisasi data dan informasi melalui integrasi berbagai proses operasional perusahaan seperti manajemen persediaan, aset tetap dan billing, selain itu juga mengurangi beban dan waktu kerja karyawan, keuntungan lainnya adalah efisiensi biaya untuk pengembangan teknologi informasi (TI). Hasil penelitian lainnya oleh Prichici & Ionescu (2015) penggunaan teknologi cloud dalam kegiatan operasional seperti manajemen persediaan, aset tetap dan payroll, juga menunjukkan adanya penurunan beban dan waktu kerja serta efisiensi biaya. Penggunaan teknologi cloud yang dilakukan oleh gabungan beberapa bank di Nigeria menurunkan biaya infrastruktur dan penyediaan perangkat lunak di masing-masing bank, karena biaya ditanggung bersama diantara bank tersebut sehingga menurunkan biaya operasional dan berdampak pada peningkatan profit (Egiyi & Udeh, 2020). Di era dimana tantangan dan kondisi bisnis yang kompetitif seperti saat ini, diperlukan penyajian data dan informasi yang andal dan aktual. Kemampuan cloud accounting untuk menampilkan data kondisi keuangan perusahaan secara real-time, membuat stakeholder dapat mengambil keputusan bisnis yang penting dengan lebih cepat dan relevan sesuai dengan kondisi terkini (Dimitriu & Matei, 2015).

Penelitian ini menunjukkan bahwa di samping kelebihan-kelebihan *Cloud Accounting* terdapat

### **PENUTUP Simpulan**

beberapa risiko-risiko yang dihadapi, biaya murah, kemudahan akses, dan fasilitas yang ditawarkan menyebabkan sebagian perusahaan mulai mengalihkan pengolahan data keuangan dengan teknologi cloud. Dari beberapa penelitian, cloud accounting membantu dalam proses integrasi data dan informasi berbagai kegiatan operasional perusahaan, meningkatkan efisiensi biaya, menurunkan beban kerja dan waktu kerja karyawan. Adapun risiko-risiko dan kendala yang harus dihadapi antara lain terkait keamanan dan kerahasiaan data merupakan isu penting yang menjadi perhatian para pengguna utamanya pemilik usaha dan manajemen UMKM.

#### **Saran**

Penelitian di masa depan dapat mengkaji mengenai bagaimana persepsi manajemen UMKM terhadap penerapan *Cloud Accounting*, perbandingan TCO dan ROI antara Akuntansi Tradisional dan *Cloud Accounting*, serta perbandingan biaya dan manfaat antara Akuntansi Tradisional dan *Cloud Accounting*.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Ackerman, J. L. (2019). Ten Technology Predictions for the Next Decade - The CPA Journal. Retrieved September 2, 2020, from <https://www.cpajournal.com/2019/12/17/ten-technology-predictions-for-the-next-decade/>

Ahmed, P. I. (2020). Reducing Costs by the Use of Cloud Accounting. *Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences*, 54. <https://doi.org/10.33193/JALHSS.54.2020.150>

Christauskas, C., & Miseviciene, R. (2012). Cloud-Computing Based Accounting for Small to Medium Sized Business. *Engineering Economics*, 23(1). <https://doi.org/10.5755/j01.ee.23.1.1220>

Egiyi, M. A., & Udeh, S. N. (2020). Overview of Cloud Accounting in Nigeria. *International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR)*, 4(6), 81–88.

Khanom, T. (2017). Cloud Accounting: A Theoretical Overview. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(06), 31–38. <https://doi.org/10.9790/487X1906053138>

Popivniak, Y. (2019). Cloud-Based Accounting Software: Choice Options In The Light Of Modern International Tendencies. *Baltic Journal of Economic*

*Studies*, 5(3), 170. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-3-170-177>

Sadighi, M. (2014). Accounting System on Cloud: A Case Study. In 2014 11th International Conference on Information Technology: New Generations (pp. 629–632). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ITNG.2014.26>