

eISSN. 2809-381X

PROSIDING:
EKONOMI DAN BISNIS

Vol. 2 No. 2, Oktober 2022

Fakultas Bisnis
Universitas Buddhi Dharma



Pengaruh Lingkungan Kerja, *Self Rewards*, Disiplin Kerja, Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Di PT. Summarecon Agung Tbk Cabang Serpong

Imelda Oktafia Lena¹⁾ Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾imeldaoktafia309@gmail.com

²⁾agus.kusnawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:
Lingkungan Kerja
Self Rewards
Disiplin Kerja
Motivasi
Kepuasan Kerja Karyawan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi Pengaruh Lingkungan Kerja, *Self Rewards*, Disiplin Kerja dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Summarecon Agung Tbk cabang Serpong. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuesioner. yang penulis gunakan di dalam skripsi ini adalah metode kuantitatif, penulis melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Berdasarkan data yang dilakukan dalam penelitian terdapat pengaruh antara variabel independen yakni variabel Lingkungan Kerja (X1), *Self Rewards* (X2), Disiplin Kerja (X3), Motivasi (X4) yang berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja Karyawan (Y) pada PT. Summarecon Agung Tbk Serpong. Lingkungan Kerja (X1) memiliki pengaruh dengan nilai signifikan sebesar 0,31 yang berarti memiliki nilai signifikan lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, *Self Rewards* (X2) memiliki pengaruh dengan nilai signifikan sebesar 0,37 yang berarti memiliki nilai signifikan lebih kecil dari yang sudah diterapkan sebesar 0,05, Disiplin Kerja (X3) memiliki pengaruh dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikan lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, Motivasi (X4) memiliki pengaruh dengan nilai signifikan sebesar 0,18 yang berarti memiliki nilai signifikan lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05.

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan aset paling terpenting dalam suatu organisasi perusahaan merupakan merupakan sumber untuk mengendalikan, mempertahankan, dan mengembangkan organisasi dalam menghadapi berbagai segala tuntutan pekerjaan. Maka dari itu, sumber daya manusia harus dikembangkan secara terus menerus agar diperoleh sumber daya manusia yang bermutu, dan berkompeten dalam arti pekerjaan yang nantinya dilaksanakan akan menghasilkan sesuatu yang dikehendaki. Sumber daya manusia juga merupakan kunci untuk menentukan perkembangan perusahaan selanjutnya

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan kerja pada karyawan adalah lingkungan kerja. Lingkungan kerja ialah segala sesuatu yang berada disekitar para pekerja yang berperan penting, dan dapat mempengaruhi karyawan tersebut dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan perusahaan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan kerja pada karyawan adalah *self rewards*. *Self rewards* ini dibuat untuk lebih meningkatkan produktivitas kinerja karyawan, meningkatkan disiplin kerja karyawan, dan lebih meningkatkan loyalitas para karyawan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi kepuasan kerja pada karyawan ialah disiplin kerja. Disiplin kerja sangatlah penting pada pertumbuhan organisasi, digunakan untuk lebih memotivasi para karyawan agar dapat lebih mendisiplinkan diri dalam menjalankan pekerjaan. Kedisiplinan pun terbentuk dalam diri karyawan masing-masing tanpa adanya paksaan, dan menimbulkan rasa puas dalam diri seseorang.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan kerja pada karyawan adalah motivasi. Memotivasi karyawan sangatlah penting pada sebuah organisasi karena dengan adanya motivasi kepuasan karyawan akan terus meningkat, maka perlu adanya perhatian dari perusahaan tersebut untuk memberikan motivasi setiap karyawannya.

Pengaruh lingkungan kerja, *self rewards*, disiplin kerja, motivasi sangat berkaitan terhadap kepuasan kerja karyawan dan berjalannya kegiatan perusahaan. Maka perusahaan harus lebih meningkatkan faktor-faktor lingkungan kerja karyawan, *self rewards*, disiplin kerja, dan motivasi untuk mencapai kepuasan kerja setiap karyawan tersebut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Lingkungan Kerja

Menurut Sinambela dalam ((Moh. et al., 2017), mengatakan bahwa:

“Lingkungan kerja adalah kehidupan sosial, psikologi, dan fisik dalam perusahaan yang berpengaruh terhadap pekerjaan dalam melaksanakan tugas”.

Self Rewards

Menurut Henri Simamora dalam kutipan (Heni Septiani, 2018), mengatakan bahwa:

“*Rewards* adalah insentif yang mengaitkan bayaran atas dasar untuk dapat meningkatkan produktivitas para karyawan guna mencapai keunggulan yang kompetitif. *Rewards* juga dapat diartikan dengan hadiah, penghargaan atau imbalan yang bertujuan agar karyawan menjadi lebih giat lagi bekerjanya dan bisa memperbaiki ataupun meningkatkan kinerja yang telah dicapai. Penghargaan dalam suatu organisasi itu penting karena organisasi memang menghargai kinerja mereka bekerja sesuai dengan aturan yang berlaku. Dengan adanya pemberian reward ini diharapkan dapat memberikan motivasi kepada para karyawan untuk lebih meningkatkan produktifitasnya dalam bekerja”.

Disiplin Kerja

Menurut Sutrisna & Andy (2018) dalam (Purnomo & Putranto, 2020), mengatakan bahwa:

“Sifat serta tindakan didalam disiplin kerja dapat dinilai dengan sebuah keinginan, pengajuan diri, tindakan agar taat terhadap aturan yang ada. Yang berarti karyawan dapat disebut memiliki tingkat kedisiplinan yang baik hanya taat serta patuh kepada aturan yang kaku, dengan itu juga memiliki kemauan agar dapat beradaptasi dengan aturan perusahaan.”

Motivasi

Menurut Handoko dalam (Sablik et al., 2012), mengatakan bahwa:

“Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan dan memelihara perilaku manusia, motivasi sangat berperan dalam pengembangan organisasi, karena merupakan proses peningkatan aktivitas manusia, memelihara kelangsungan aktivitas dan mengatur polam kegiatannya, bagi manajer, selalu akan mengamati motivasi setiap karyawan.”

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja menggambarkan suasana hati seorang terhadap pekerjaannya. Bisa dilihat dari perilaku yang baik dari pekerjaan serta seluruh suatu yang yang dialami dilingkungan kerjanya. Kepuasan dalam karyawan merupakan kepuasan kerja yang di senangi dalam melaksanakan pekerjaan, dengan mendapatkan pujian atas hasil kerja, penempatan, perlakuan, perlengkapan, serta atmosfer area kerja yang baik.

Menurut (Lubis et al., 2018) buku yang berjudul Manajemen Dan Riset Sumber Daya Manusia, mendefinisikan bahwa:

“kepuasan kerja mengandung aspek fisik, psikologis, lingkungan kerja, interaksi antar personel, perilaku pemimpin, dan kebijakan administrasi dan organisasi. Kepuasan terhadap pekerjaan mewarnai sikap individu untuk melakukan sejumlah tugas dan sangat erat kaitannya dengan penampilan kerja.”

III. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan sebuah data yang konkrit yang dimana data tersebut didapat dari persebaran kuesioner dan diukur dengan angka yang didapat dan dianalisis kembali dengan sebuah prosedur statistik.

1. Teknik analisis data

a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017) dalam buku yang berjudul metode penelitian kombinasi, Menyatakan bahwa:
“Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.”

b. Uji Reliabilitas

Menurut Susan Stainback, dalam (Sugiyono, 2017) dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Kombinasi, Menyatakan bahwa:
“Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda”.

1. Uji asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Menurut (Kusnawan et al., 2021), Menyatakan bahwa:
“Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, *Confounding* atau variabel berdistribusi normal. Metode uji normalitas yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual.”

b. Uji Multikolonieritas

Menurut(Duli, 2019) dalam buku yang berjudul Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Data dengan SPSS, Mengatakan bahwa:
“Uji multikolonieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

2. Uji Model Statistik

a. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah, dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun rumus regresi linear berganda yaitu, sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Kerja

a = Konstanta

X1 = Lingkungan Kerja

X2 = *Self Rewards*

X3 = Disiplin Kerja

X4 = Motivasi

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$ = Koefisien Regresi

b. Korelasi Berganda

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa:

“Teknik ini bertujuan agar diketahui *feedback* dan rasio kekuatan antara kedua variabel berbentuk Rumus korelasi berganda ialah:

$$r = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Keterangan:

- n = jumlah pernyataan
- Σx = Total Skor Variabel X
- Σy = Total Skor Variabel Y
- Σxy = Hasil kali jumlah variabel X dan Y

C. Koefisien Determinasi

Jikalau ternyata daerah pengujian hipotesis ditolak maka dengan selanjutnya koefisien dihitung koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel X (Lingkungan kerja, *Self Rewards*, Disiplin Kerja, dan Motivasi) terhadap variabel Y (Kepuasan Kerja Karyawan) dengan menggunakan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

- Kd = Koefisien Determinasi
- r = Koefisien Korelasi

D. Uji F (Uji Simultan)

Uji f dilakukan untuk memeriksa dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama dan berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Adapun rumus uji f, sebagai berikut:

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana:

- R = Koefisien Korelasi Ganda
- K = Jumlah Variabel Independen
- N = Jumlah Anggota Sampel

dasar pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan pengujian hipotesis yaitu, sebagai berikut:

$F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

$F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a ditolak.

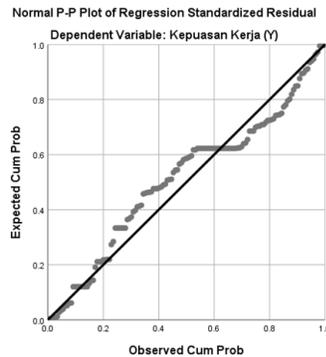
E. Uji T (Uji Parsial)

Menurut (Morissan, 2017), dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Survei, Menyatakan bahwa:

“Uji parametrik merupakan instrumen statistik yang digunakan untuk meneliti seberapa sering hasil pengamatan dapat terjadi semata-mata karena faktor kebetulan. Salah satu metode uji parametrik adalah uji t yang digunakan untuk membandingkan mean atau nilai rata-rata sampel yang diamati dengan nilai rata-rata yang diharapkan secara normal dari distribusi nilai rata-rata.”

IV. HASIL

1. Uji Asumsi Klasik a. Uji Normalitas



b. Uji (*one-sample KS*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	1.6516490
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.094
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.122 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

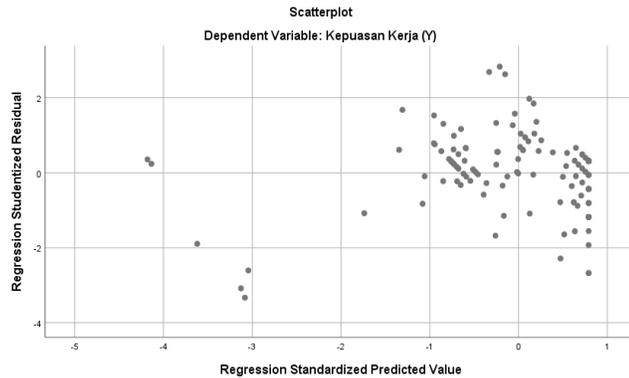
dapat dilihat bahwa nilai signifikan *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,122 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga keterangan regresi diatas berdistribusi normal.

c. Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lingkungan Kerja (X1)	.154	6.502
	Self Reward (X2)	.229	4.370
	Disiplin Kerja (X3)	.097	10.269
	Motivasi (X4)	.135	7.430

Variabel Lingkungan Kerja (X1), *Self Rewards* (X2), Disiplin Kerja (X3), dan Motivasi (X4) masing-masing mendapatkan nilai *Tolerance* 0,154 (X1), 0,229 (X2), 0,097 (X3), dan 0,135 (X4) dengan VIF 6,502 (X1), 4,370 (X2), 10,269 (X3), dan 7.430 (X4), yang berarti tidak ada multikolinieritas. Dari karakteristik di atas, dapat diberi kesimpulan bahwa model regresi layak dipakai.

d. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: SPSS 24

Berdasarkan uji heteroskedastisitas diatas, pada gambar *scatterplot* memperlihatkan bahwa data menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Sehingga peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam model ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,241	1,993		1,124	,263
	lingkungan kerja	,104	,053	,096	1,970	,051
	<i>self rewards</i>	,113	,075	,119	1,507	,134
	disiplin kerja	,250	,080	,258	3,119	,002
	motivasi	,492	,075	,503	6,537	,000

a. Dependent Variable: kepuasan kerja

Dari kolom B didapat nilai konstan 2.241, nilai koefisien lingkungan kerja 0.104, nilai koefisien *self rewards* 0.113, nilai koefisien disiplin kerja 0.250, dan nilai koefisien motivasi 0.492.

3. Korelasi Berganda

		Correlations				
		Kepuasan Kerja (Y)	Lingkungan Kerja (X1)	Self Reward (X2)	Disiplin Kerja (X3)	Motivasi (X4)
Pearson Correlation	Kepuasan Kerja (Y)	1.000	.876	.843	.910	.886
	Lingkungan Kerja (X1)	.876	1.000	.837	.912	.877
	Self Reward (X2)	.843	.837	1.000	.863	.848
	Disiplin Kerja (X3)	.910	.912	.863	1.000	.922
	Motivasi (X4)	.886	.877	.848	.922	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Kerja (Y)	.	.000	.000	.000	.000
	Lingkungan Kerja (X1)	.000	.	.000	.000	.000
	Self Reward (X2)	.000	.000	.	.000	.000
	Disiplin Kerja (X3)	.000	.000	.000	.	.000
	Motivasi (X4)	.000	.000	.000	.000	.
N	Kepuasan Kerja (Y)	138	138	138	138	138
	Lingkungan Kerja (X1)	138	138	138	138	138
	Self Reward (X2)	138	138	138	138	138
	Disiplin Kerja (X3)	138	138	138	138	138
	Motivasi (X4)	138	138	138	138	138

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa:

- Hubungan antara Lingkungan Kerja (X1) dengan Kepuasan Kerja Karyawan (Y) dapat ditunjukkan dengan hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,876, atau memiliki pengaruh sebesar 876% yang artinya korelasi masuk ke dalam golongan kuat dan mendapatkan arah yang positif.
- Hubungan antara *Self Rewards* (X2) dengan Kepuasan Kerja Karyawan (Y) dapat ditunjukkan dengan hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,843 atau, memiliki pengaruh sebesar 843% yang artinya korelasi masuk ke dalam golongan kuat dan mendapatkan arah yang positif.
- Hubungan antara Disiplin Kerja (X3) dengan Kepuasan kerja Karyawan (Y) dapat ditunjukkan dengan hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,910 atau, memiliki pengaruh sebesar 910% yang artinya korelasi masuk ke dalam golongan kuat dan mendapatkan arah yang positif.
- Hubungan antara Motivasi (X4) dengan Kepuasan Kerja Karyawan (Y) dapat ditunjukkan dengan hasil nilai koefisien korelasi sebesar 0,886 atau, memiliki pengaruh sebesar 886% yang artinya korelasi masuk ke dalam golongan kuat dan mendapatkan arah yang positif.
- Tabel *Correlations* menunjukan bahwa pengaruh antara Lingkungan Kerja, *Self Rewards*, Disiplin Kerja, dan Motivasi mempunyai hubungan yang kuat.

4. Koefisien Determinasi

a. Lingkungan Kerja

Coefficientsa

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	.767	.766	3.375

- Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja (X1)
- Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Dapat diidentifikasi bahwa nilai *R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0.767 (0.876×0.876), yang artinya pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 76.7%, sedangkan sisanya (100% - 76.7% = 23.3%) disebabkan oleh faktor-faktor lain.

b. Self rewards

Coefficients^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.710	.708	3.766

- a. Predictors: (Constant), Self Reward (X2)
- b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Dapat diidentifikasi bahwa nilai *R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0.710 (0.843×0.843), yang artinya pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 71.0%, sedangkan sisanya (100% - 71.0% = 29.0%) disebabkan oleh faktor-faktor lain.

c. Disiplin Kerja

Coefficients^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.827	2.898

- a. Predictors: (Constant), Disiplin Kerja (X3)
- b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Dapat diidentifikasi bahwa nilai *R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0.710 (0.843×0.843) yang artinya pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 71.0%, sedangkan sisanya (100% - 71.0% = 29.0%) disebabkan oleh faktor-faktor lain.

d. Motivasi

Coefficients^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.785	.783	3.245

- a. Predictors: (Constant), Motivasi (X4)
- b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Dapat diidentifikasi bahwa nilai *R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0.785 (0.886×0.886) yang artinya pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 78.5%, sedangkan sisanya (100% - 78.5% = 21.5%) disebabkan oleh faktor-faktor lain.

5. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5695.995	4	1423.999	196.611	.000 ^b
	Residual	963.280	133	7.243		

Total	6659.275	137			
-------	----------	-----	--	--	--

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

b. Predictors: (Constant), Motivasi (X4), Self Reward (X2), Lingkungan Kerja (X1), Disiplin Kerja (X3)

Dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 196.611 dengan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yakni sebesar 0,05 dan F_{tabel} (2.44) < (196.611) F_{hitung} , maka dapat diberi kesimpulan bahwa model regresi berganda ini sangat baik untuk digunakan. Variabel independen yang terdiri dari variabel Lingkungan Kerja (X1), *Self Rewards* (X2), Disiplin Kerja (X3), Motivasi (X4) bisa digunakan untuk memprediksi variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja Karyawan (Y).

6. Uji T

a. Lingkungan Kerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	14,966	3,332		4,491	,000
	lingkungan kerja	,684	,072	,630	9,460	,000

a. Dependent Variable: kepuasan kerja

Berlandaskan tabel diatas dipahami bahwa pada kolom t:

Lingkungan kerja mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 9.460 dimana nilai $9.460 > 1.97783$ dengan nilai signifikan 0,00 dimana nilai $0,00 < 0.05$ sehingga H_1 diterima, yang artinya Lingkungan kerja (X1) berimbas signifikan terhadap Kepuasan kerja Karyawan (Y).

b. Self Rewards

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	10,743	2,156		4,984	,000
	self rewards	,776	,047	,818	16,609	,000

a. Dependent Variable: kepuasan kerja

Berlandaskan tabel diatas dipahami bahwa pada kolom t:

Self Rewards mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 16.609 dimana nilai $16.609 > 1.97783$ dengan nilai signifikan 0,00 dimana nilai $0,00 < 0.05$ sehingga H_1 diterima, yang artinya *Self Rewards* (X2) berimbas signifikan terhadap Kepuasan kerja Karyawan (Y).

c. Disiplin Kerja

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8,593	2,055		4,181	,000
	disiplin kerja	,820	,044	,846	18,471	,000

a. Dependent Variable: kepuasan kerja

Berlandaskan tabel diatas dipahami bahwa pada kolom t: Disiplin Kerja mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 18.471 dimana nilai $18.471 > 1.97783$ dengan nilai signifikan 0,00 dimana nilai $0,00 < 0.05$ sehingga H1 diterima, yang artinya Disiplin Kerja (X3) berimbas signifikan terhadap Kepuasan kerja Karyawan (Y).

d. Motivasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6,810	1,857		3,667	,000
	motivasi	,858	,040	,878	21,398	,000

a. Dependent Variable: kepuasan kerja

Berlandaskan tabel diatas dipahami bahwa pada kolom t: Motivasi mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 21.398 dimana nilai $21.398 > 1.97783$ dengan nilai signifikan 0,00 dimana nilai $0,00 < 0.05$ sehingga H1 diterima, yang artinya Motivasi (X4) berimbas signifikan terhadap Kepuasan kerja Karyawan (Y).

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Lingkungan Kerja (X1) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y).
 Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden 138 karyawan yang disebarkan, penulis menyatakan bahwa Lingkungan Kerja (X1) mendapatkan respon yang positif dari karyawan PT. Summarecon Agung Tbk Cabang Serpong, dan sebagian besar menyatakan setuju.
2. Pengaruh Self Rewards (X2) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y).
 Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden 138 karyawan yang disebarkan, penulis menyatakan bahwa Self Rewards (X2) mendapatkan respon yang positif dari karyawan PT. Summarecon Agung Tbk Cabang Serpong, dan sebagian besar menyatakan setuju.
3. Pengaruh Disiplin Kerja (X3) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y).
 Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden 138 karyawan yang disebarkan, penulis menyatakan bahwa Disiplin Kerja (X3) mendapatkan respon yang positif dari karyawan PT. Summarecon Agung Tbk Serpong dan sebagian besar menyatakan setuju.

4. Pengaruh Motivasi (X4) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y).
Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah responden 138 karyawan yang disebarkan, penulis menyatakan bahwa Motivasi (X4) mendapat respon yang positif dari karyawan PT. Summarecon Agung Tbk Serpong dan sebagian besar menyatakan setuju.

DAFTAR PUSTAKA

- Duli, N. (2019). *metodologi penelitian kuantitatif: beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan spss* (Deepublish (ed.)).
- Heni Septiani. (2018). *PERAN MEKANISME REWARD DAN PUNISHMENT TERHADAP*.
- Kusnawan, A., Gunawan, I., & Hernawan, E. (2021). *Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City*.
- Lubis, Y., Hermanto, B., & Edison, E. (2018). *manajemen dan riset sumber daya manusia* (C. Alfabeta (ed.)).
- Moh., Z., Mansur, M., & Afi Rahmat S. (2017). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2), 124–135.
- Morissan. (2017). *metode penelitian survei* (Kencana (ed.)).
- Purnomo, S., & Putranto, A. T. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Panca Putra Madani. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 259–266. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i2.120>
- Sablik, M. J., Rios, S., Landgraf, F. J. G., Yonamine, T., De Campos, M. F., Kim, J. H., Semiatin, S. L., Lee, C. S., Babu, J., Dutta, A., ABNT, Asm, A. N., Publication, I., Huang, J. C., Barnes, J. E., Williams, J., Blue, C. A., Peter, B., Asaadi, E., ... Foram, Q. (2012). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Acta Materialia*, 33(10), 348–352. <http://dx.doi.org/10.1016/j.actamat.2015.12.003>https://inis.iaea.org/collection/NCLCollectionStore/_Public/30/027/30027298.pdf?r=1&r=1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jmrt.2015.04.004
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian kombinasi* (M. T. Sutopo (ed.)).

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli *Marketplace* Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang)

Melvyn Antonia^{1)*}, Alexander²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾melvynantonია2206@gmail.com

²⁾alexander.alexander@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Kualitas Produk
Harga
Online Customer Review
Minat Beli

Abstrak

Penelitian ini terdapat tujuan untuk menemukan bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan *online customer review* terhadap minat beli di *Marketplace* Blibli. Jenis penelitian memakai metode kuantitatif pada penelitian deskriptif dengan teknik data primer menyebarkan kuesioner ke 186 responden. Metode sampel dipilih *nonprobability sampling* dengan *sampling purposive* pengolahan SPSS 25.

Metode penelitian yang dikenakan ialah Analisis Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil dari pengujian T dapat membuktikan kualitas produk terhadap minat beli memperoleh $T_{hitung} - 1,115 < T_{tabel} 1,973$ dengan signifikansi $0,266 > 0,05$ diartikan kualitas produk terhadap minat beli berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial. Harga terhadap minat beli $T_{hitung} 4,771 > T_{tabel} 1,973$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ diartikan harga terhadap minat beli berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. *Online customer review* terhadap minat beli $T_{hitung} 8,831 > T_{tabel} 1,973$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ diartikan *online customer review* terhadap minat beli berpengaruh positif dan signifikan secara parsial.

Berdasarkan uji F pada tabel ANOVA memperoleh nilai $F_{hitung} 117,463 > F_{tabel} 2,65$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga diartikan kualitas produk, harga, dan *online customer review* terhadap minat beli berpengaruh secara simultan. *Adjusted R Square* diperoleh 65,4% sisanya 34,6% dipengaruhi faktor lain.

I. PENDAHULUAN

Zaman modern maju dengan teknologi dan *internet*. *Internet* sangat diminati oleh masyarakat luas sebagai sumber informasi yang akurat. Pengguna *internet* di Indonesia dapat digunakan oleh individu dan sekelompok masyarakat mulai dari usia muda hingga tua untuk melakukan kegiatan sehari-hari mereka. Sekarang *internet* jadi salah satu kebutuhan yang sangat berarti bagi manusia untuk menjadikan segala aktivitas manusia menjadi lebih efisien karena *internet* sendiri mempunyai pengaruh yang besar baik dalam bidang komunikasi, teknologi informasi, sosial, politik, maupun bisnis. *Internet* saat ini tidak hanya sebagai sumber informasi saja akan tetapi dapat menjadi lahan bisnis yang sering disebut bisnis *online*, maka dari itu perusahaan harus melakukan kreatifitas dan inovatif dalam memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan produk dan dapat memasarkan produknya kepada masyarakat luas.

Dalam bisnis *online* saat ini, sangat membantu para pelaku usaha dalam melakukan kegiatan jual beli saat ini karena lebih efisien dan efektif, sehingga penjual dan pembeli tidak memerlukan aktivitas jual beli tatap muka secara langsung dan dapat melakukan pemasaran lebih cepat dan luas. Berbelanja secara *online* sangat diminati karena terdapat faktor-faktor mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian produk barang dan jasa secara *online* disebut *website*, mulai dari harga yang terjangkau dan kompetitif, memiliki keragaman produk, efisiensi waktu, kepercayaan, kemudahan dalam transaksi, dan faktor-faktor pendukung lainnya. Tempat sebagai aktivitas terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli secara *online* dapat disebut sebagai *Marketplace*. Produk dalam

marketplace sangatlah bersaing dalam pasar, karena produk dalam *marketplace* memiliki banyak jenis yang beragam disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pengguna serta memiliki kompetitor yang menjual produk serupa. Hal ini dapat membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam sebuah produk, semakin banyak konsumen yang lebih selektif dalam produk maka perusahaan harus memberikan kualitas produk dengan baik dan aman saat digunakan oleh konsumen. Karena jika produk memiliki kualitas yang baik maka dapat menciptakan minat beli dari pelanggan sehingga memutuskan untuk membeli produk tersebut dan mencapai kepuasan dalam pelanggan sehingga dapat melakukan pembelian ulang.

Namun tidak hanya kualitas produk sebagai faktor minat beli dalam berbelanja secara *online* di *marketplace* harga juga dapat mempengaruhi minat beli dalam diri konsumen karena harga pada dasarnya suatu nominal yang ditawarkan kepada calon pembeli yang dituju agar membayar produk yang diminatinya, Jika harga yang ditawarkan diterima oleh konsumen, konsumen akan membayar produk yang ditawarkan, sebaliknya bila penawaran harga ditolak oleh konsumen maka harga jual akan ditinjau kembali. Sehingga perlu melakukan penentuan harga yang tepat, dan ketetapan harga sangat penting guna untuk menarik perhatian konsumen. Penentuan harga yang tepat adalah harga yang sepadan dengan kualitas produk. Jika harga tidak disesuaikan dengan kualitas produk, konsumen merasa tidak percaya dan kecewa terhadap produk juga dapat berdampak citra merek pada produk dan reputasi toko. Maka harus menetapkan harga sesuai kualitas.

Online Customer Review terdapat peran penting dalam penjualan *online* dan sebagai pertimbangan minat beli berbelanja *online*. *review* pada dasarnya ulasan (*review*) yang diberikan oleh konsumen sebelumnya dengan memberikan informasi tentang produk yang dipasang dalam *marketplace*. *Review* sama dengan *word of mouth* akan tetapi *review* dilakukan secara *online* atau biasa di sebut dengan *e-wom*. Jika produk memiliki suatu ulasan yang bagus, maka calon konsumen tidak merasa bimbang untuk membeli produk karena produk sudah dipercayai oleh konsumen sebelumnya dan sudah digunakan. berikut contoh dari *online customer review* dari penjualan produk :



Gambar 1 Contoh Online Customer Review (Blibli, 2020)

dari contoh gambar bahwa konsumen merasa sangat puas terhadap produk yang di jual oleh blibli dan memberikan ulasan positif terhadap produk. Maka dari itu saat melakukan penjualan di *marketplace* harus memiliki dan mempertahankan ulasan terbaik agar membangun minat beli dari calon konsumen dan dapat meningkatkan penjualan dalam bisnis *online*. Untuk mendapatkan ulasan baik dari konsumen kita harus memperhatikan kualitas produk, harga, memberikan pelayanan yang baik jika konsumen memiliki masalah dan beberapa pertanyaan, pengiriman dan kemasan dalam produk supaya konsumen puas terhadap produk dan memberikan *review* positif terhadap produk.

Perilaku konsumen saat ini sangat meminati berbelanja secara *online*, karena terdapat beberapa alasan yaitu praktis dan mudah. Berbelanja secara *online* tidak perlu membuat konsumen datang ke toko dan toko yang terdapat di *marketplace* terdiri beberapa toko bagai daerah di Indonesia. Konsumen juga tidak perlu repot untuk mencari informasi mengenai produk baik dari jenis produk, ketersediaan produk, kualitas produk, dan harga produk, mereka akan mendapatkan informasi produk melalui deskripsi produk yang dicantumkan oleh penjualan atau ulasan yang diberikan oleh konsumen sebelumnya. Pemilik toko juga dapat memberikan pelayanan langsung kepada konsumen jika konsumen mendapatkan masalah dalam produk. Cara pembayaran melalui *marketplace* sangat mudah dan memiliki banyak fasilitas pembayaran yang disediakan oleh *marketplace* tersebut seperti *E-wallet* (Dompet Digital), *Paylater*, *Transfer Bank*, *Credit Card*, Gerai, dan metode pembayaran lainnya. Kemudahan yang diberikan *marketplace* tersebut dapat menarik perhatian dan membuat konsumen tertarik lalu meminati untuk menggunakan atau *download* aplikasi *marketplace* serta melakukan pembelian di *marketplace* tersebut.

di Indonesia terdapat beberapa *marketplace* ternama yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli dan *marketplace* lainnya. Namun di sini peneliti, memilih objek penelitian dengan salah satu *marketplace* Indonesia

yaitu Blibli.com. Blibli.com dikala ini berada di posisi ke 5 dari *marketplace* lainnya yang berada di Indonesia dan memiliki 19juta pengunjung perbulannya. Alasan konsumen menggunakan Blibli karena Blibli mempunyai reputasi *marketplace* yang baik dan produknya yang *original* dan dapat dipercaya (SIRCLO, 2022). Model bisnis Blibli.com berfokus pada bisnis ke bisnis (B2B), bisnis ke konsumen/pelanggan (B2C) dan bisnis ke bisnis ke konsumen (B2B2C). Blibli merekomendasikan berbagai macam produk berkualitas lebih dari 100.000 mitra bisnis. Blibli juga menyediakan beberapa kategori produk yaitu Blibli *Mart*, *Fashion*, Elektronik, Peralatan Rumah Tangga, Perlengkapan Ibu dan Anak, Kesehatan, Kecantikan, Mainan, dan kategori lainnya. Kecepatan dalam pengiriman *marketplace* Blibli dibantu oleh armada BES serta 15 ekspedisi logistik lainnya, dan Blibli memiliki 20 gudang yang tersebar di Indonesia (Blibli, 2019).

Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *marketplace* blibli pada pelanggan Kota Tangerang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap minat beli *marketplace* blibli pada pelanggan Kota Tangerang.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *online customer review* terhadap minat beli *marketplace* blibli pada pelanggan Kota Tangerang.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, dan *online customer review* terhadap minat beli pada pelanggan Kota Tangerang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk sungguh berarti bagi konsumen karena kualitas produk itu sendiri ialah *value* produk yang di produksi oleh perusahaan. Menurut (Herlambang & Komara, 2021) menjelaskan bahwa Kualitas Produk adalah perihal penting yang wajib dicari serta diterapkan oleh tiap industri atau perusahaan bila ingin produknya bersaing dipasar untuk menyanggupi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Menurut (Eldawati et al., 2022) mengatakan bahwa Kualitas Produk adalah aspek yang sangat berarti bagi konsumen untuk memilih dari merek, terutama di bidang pasar yang sangat kompetitif yaitu persaingan harga dan persaingan produk yang sama.

Harga

Harga adalah sebuah nilai yang dapat ditukar untuk mendapatkan kombinasi barang serta layanan (jasa). Menurut (Noviyanti et al., 2021) mengatakan bahwa Harga merupakan sejumlah mata uang diperlukan untuk memperoleh kombinasi barang atau layanan tertentu (ditambah beberapa barang kalau mungkin). Menurut (Wora, 2017) menyatakan bahwa Harga ialah sejumlah dari semua nilai yang dipertaruhkan pelanggan untuk mendapatkan laba dari mempunyai atau memakai produk barang atau layanan.

Online Customer Review

Online Customer Review sebagai ulasan diberi oleh konsumen dan pelanggan dahulu baik positif atau negative berdasarkan pengalaman merasakan kualitas produk yang dibeli dalam transaksi jual beli digital. Menurut (Fatila et al., 2022) berisi mengenai *Online Customer Review* merupakan anggapan positif atau negatif konsumen tentang pengalaman setelah menggunakan produk, dan berfungsi bagi konsumen untuk mengevaluasi kualitas produk yang akan di beli. Menurut (Gabriela et al., 2022) berisi mengenai *Online Customer Review* adalah pendapat dan bentuk komunikasi dari mulut ke mulut dalam penjualan *online* dimana calon konsumen bisa mendapatkan informasi tentang suatu barang atau jasa dari pembeli yang merasakan kemajuran suatu produk.

Minat Beli

Menurut (Farhan Hasrul et al., 2021) mengatakan bahwa Minat Beli ialah memusatkan keperdulian pada suatu produk yang mencakup perasaan gembira terhadap suatu produk yang ditimbulkan oleh kemauan dan perasaan menyakinkan produk tersebut memiliki khasiat sehingga konsumen memiliki hasrat untuk membeli atau menukarkan produk. Menurut (Latief, 2018) mengungkapkan bahwa Minat Beli adalah konsumen yang memiliki hubungan dekat dengan perasaan dan konsumen merasa senang dan puas ketika mereka melihat produk, maka itu dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli.

III. METODE

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menjelaskan metode apa yang akan digunakan saat mendapatkan data untuk menemukan bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Online Customer Review* terhadap Minat Beli. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan penelitian deskriptif.

Populasi

Menurut (Sugiyono, 2020) mengatakan bahwa Populasi adalah objek atau subyek dengan sejumlah dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh periset untuk mempelajari kemudian menarik kesimpulan. Populasi penelitian adalah pelanggan atau pengguna yang menggunakan *Marketplace* Blibli di Kota Tangerang dengan jumlah tak terhingga.

Sampel

Sampel merupakan sebagian kuantitas dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2020). Teknik penelitian memakai *nonprobability sampling* dengan metode *sampling purposive*. *Sampling Purposive* adalah dipakai buat menghitung data yang diambil, sebab acuan pengambilan sampel telah ditetapkan oleh periset (Purnama et al., 2021). Menurut (Sugiyono, 2020) saran untuk mengukur sampel yang layak adalah 30 sampai 500. Penelitian menggunakan jumlah responden 186 pelanggan Blibli.

Tabel 1
Tabel Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	58	31.2	31.2	31.2
	Perempuan	128	68.8	68.8	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Tabel 2
Tabel Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 Tahun	171	91.9	91.9	91.9
	26-35 Tahun	10	5.4	5.4	97.3
	36-45 Tahun	2	1.1	1.1	98.4
	> 46 Tahun	3	1.6	1.6	100.0
Total		186	100.0	100.0	

Tabel 3
Tabel Pendidikan

		Pendidikan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	SD-SMA/SMK	57	30.6	30.6	30.6
	D1-D3	9	4.8	4.8	35.5
	S1	119	64.0	64.0	99.5
	S3	1	.5	.5	100.0
	Total	186	100.0	100.0	

Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian mengumpulkan data yang diperlukan yaitu kuesioner dan studi pustaka seperti buku perpustakaan, *e-book*, dan jurnal.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

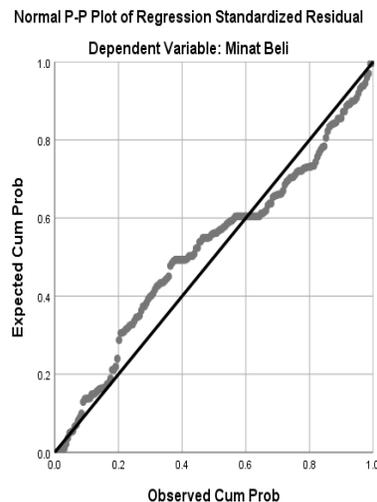
Uji Validitas digunakan buat mengukur apakah kuesioner valid ataupun tidak. Bila *statment* dalam kuesioner bisa mengatakan apa yang hendak diukur oleh kuesioner dikira valid (Ghozali, 2018). Untuk mengukur uji validitas ialah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk menghitung kuesioner merupakan indikator dari variable atau konstruk kuesioner dianggap dapat diandalkan ketika tanggapan responden terhadap pernyataan konstan (konsisten) dan stabil (Ghozali, 2018). Syarat untuk dinyatakan reliabel mencapai $> 0,6$.

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah melakukan pengujian apakah model regresi antara variable bebas serta terikat mempunyai distribusi normal atau abnormal. Untuk Mengukur uji normalitas Signifikansi (Sig.) $> 0,05$ menyatakan berdistribusi normal.



Gambar 2 Grafik *P-Plot*

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas dirancang buat menguji apakah model regresi menemukan kedekatan antara variabel independen. Menurut (Vivin Hanitha, 2020) mengatakan bahwa Asumsi Multikolonieritas merupakan variabel bebas seharusnya terbebas dari multikolonieritas. Untuk mengukur model regresi tidak terjadi multikolonieritas dapat dilihat nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

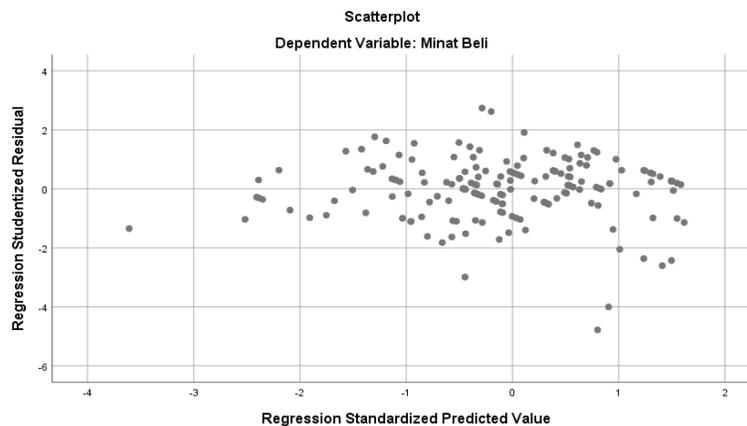
Tabel 4
Uji Multikolonieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.858	2.153		1.792	.075		
	Kualitas Produk	-.081	.073	-.078	-1.115	.266	.383	2.614
	Harga	.406	.085	.376	4.771	.000	.301	3.327
	Online Customer Review	.581	.066	.556	8.831	.000	.471	2.122

a. Dependent Variable: Minat Beli

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan buat meninjau apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Kurniawan, 2019). Dasar analisis grafik *scarterplot* : bila tidak terdapat bentuk pola dan titik-titik bertaburan di atas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y, hingga tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).



Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi menguji apakah terletak kolerasi antara kesalahan pengganggu periode *t* dengan kesalahan pengganggu periode *t-1* (lebih dahulu) dalam model regresi linier. Autokolerasi terjadi karena pengamatan berurutan dan waktu ke waktu saling terkait (Ghozali, 2018). Cara Uji *Runs Test* dengan ketentuan nilai *Sig.* > 0,05.

Tabel 5
Uji Autokolerasi

Runs Test

Unstandardized Residual	
Test Value ^a	.51692
Cases < Test Value	93
Cases >= Test Value	93
Total Cases	186
Number of Runs	102
Z	1.176
Asymp. Sig. (2-tailed)	.239

a. Median

Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Kurniawan, 2019) berisi Regresi linier berganda merupakan model perserupaan regresi linier dengan beberapa variabel independen.

Bentuk persamaan yang dipakai :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Uji Korelasi Berganda

Uji Korelasi Berganda terdapat tujuan mencari kaitan antara dua variabel atau lebih. Korelasi dipakai buat mengetahui seberapa besar kedekatan itu, arah hubungan serta hubungan apa yang ada antara variabel yang sedang diteliti.

Koefisien Determinasi

Inti Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran kompetensi model dalam menafsirkan penggantian dalam variabel dependen (Ghozali, 2018).

Rumus Koefisien Determinasi Menurut (Suharyadi & S.K., 2017) :

$$r^2 = \frac{(n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y))^2}{\sqrt{(n(\sum X^2) - (\sum X)^2)(n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Uji T (Uji Parsial)

Uji Parsial digunakan buat menemukan pengaruh setiap variabel independent pada variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria hipotesis dalam uji T dan tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $Sig. < \alpha (0,05)$, hingga H_0 ditolak karena variabel X berpengaruh secara parsial pada variabel Y.

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Uji F (Uji Simultan)

Uji F ialah Uji Bersama (gabungan) yang menemukan variabel bebas mempengaruhi bersama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig. < \alpha (0,05)$ hingga H_0 ditolak karena variabel independen berpengaruh pada variabel dependen secara simultan.

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

IV. HASIL

1. Koefisien Determinasi

Tabel 6
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
					F Change	df1	df2	
.812 ^a	.659	.654	3.37481	.659	117.463	3	182	.000

a. Predictors: (Constant), Online Customer Review, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli

Tabel Model *Summary* besaran nilai R^2 diperoleh 0,654 yang disesuaikan dengan kolom *Adjusted R Square*. Nilai tersebut memberikan arti kualitas produk, harga dan *online customer review* mendapatkan kontribusi terhadap minat beli sebesar 65,4%, sisanya dipengaruhi faktor lain diluar variabel yang digunakan.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Tabel 7
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.858	2.153		1.792	.075
Kualitas Produk	-.081	.073	-.078	-1.115	.266
Harga	.406	.085	.376	4.771	.000
Online Customer Review	.581	.066	.556	8.831	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Software SPSS ver.25

Pada Tabel *Coefficients* perhitungan uji T menguraikan, sebagai berikut :

- Pengaruh Kualitas Produk memiliki Thitung -1,115 < Ttabel 1,973 dan signifikan 0,266 > 0,05 sehingga H0 diterima H1 ditolak karena variabel kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli.
- Pengaruh Harga memiliki Thitung 4,771 > Ttabel 1,973 dan signifikan 0,000 < 0,05 sehingga H0 ditolak H2 diterima karena variabel harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli.
- Pengaruh *Online Customer Review* memiliki Thitung 8,831 dan signifikan 0,000 < 0,05 sehingga H0 ditolak H3 diterima karena variabel *online customer review* berpengaruh terhadap minat beli.

• Uji F

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4013.501	3	1337.834	117.463	.000 ^b
Residual	2072.865	182	11.389		
Total	6086.366	185			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Online Customer Review, Kualitas Produk, Harga

Sumber : Software SPSS ver.25

Pada Tabel ANOVA mendapatkan perhitungan Fhitung 117.463 > Ftabel 2,65 dan signifikan 0,000 < 0,05. Hingga bisa diartikan H0 ditolak H4 diterima karena variabel kualitas produk, harga, dan *online customer review* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli.

V. KESIMPULAN

Penelitian memiliki tujuan untuk menemukan bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan *online customer review* terhadap minat beli. Berdasarkan hasil perhitungan dapat disimpulkan, sebagai berikut :

1. Hasil Uji T pada Kualitas Produk terhitung $T_{hitung} -1,115 < T_{tabel} 1,973$ dan tingkat signifikan $0,266 > 0,05$ diartikan H0 diterima H1 ditolak. Pengujian statistik membuktikan Kualitas Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Minat Beli *Marketplace* Blibli.
2. Hasil Uji T pada Harga memperoleh $T_{hitung} 4,771 > T_{tabel} 1,973$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ diartikan H0 ditolak H2 diterima. Pengujian statistik membuktikan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli *Marketplace* Blibli.
3. Hasil Uji T pada *Online Customer Review* memperoleh $T_{hitung} 8,831 > T_{tabel} 1,973$ serta tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ diartikan H0 ditolak H3 diterima. Pengujian statistik *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli *Marketplace* Blibli.
4. Hasil Uji F pada Tabel ANOVA memperoleh Fhitung 117,463 > Ftabel 2,65 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ diartikan H0 ditolak H4 diterima. Pengujian statistik Kualitas Produk, Harga, dan *Online Customer Review* berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap Minat Beli *Marketplace* Blibli. Pada perhitungan R^2 adalah 0,654 atau 65,4% yang diartikan Kualitas Produk, Harga, dan *Online Customer Review* terdapat kontribusi terhadap minat beli dan sisanya 34,6% dipengaruhi faktor lain diluar variabel yang dipakai.

DAFTAR PUSTAKA

- Blibli. (2019). *Tentang Blibli*. Blibli.Com. <https://www.blibli.com/faq/topic/tentang-blibli/>
- Blibli. (2020). *Temukan Xiaomi Redmi 9A Smartphone [3GB/ 32GB/ Official Store] di Blibli, lagi diskon 4% harganya jadi Rp1.398.000!* Blibli.App.Link. <https://blibli.app.link/Wk5DCaWTOob>
- Eldawati, S., Bakkareng, & Delvianti. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FURNITURE STUDI KASUS PADA CV. ALZAID FURNITURE KABUPATEN PESISIR SELATAN. *Manajemen Ekonomi*, 4(1), 18.
- Farhan Hasrul, A., Suharyati, & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *KORELASI. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi. Fakultas*, 2(1), 25–27. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1155/857>
- Fatila, A. N., Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswi di Kota Malang). *Manajemen*, 11(12), 25. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15557>
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Pelanggan E-Commerce. *Jurnal Jempper : Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan*

- Perhotelan*, 1(1), 25. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jempper.v1i1.224>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (CETAKAN IX)*. Undip.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 18. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Kurniawan, A. (2019). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 26.0)*. Alfabeta.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 27. <https://doi.org/https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 22. <https://doi.org/https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>
- Purnama, M., Hanitha, V., & Purnama, O. (2021). Pengaruh Harga Emas, Harga Minyak, Kurs Tengah Bank Indonesia, dan Suku Bunga Acuan Bank Indonesia Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Juli 2020 - Desember 2020. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3), 48.
- SIRCLO. (2022). *15 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Pengunjung*. Sirclo.Com. <https://www.sirclo.com/blog/top-10-marketplace-e-commerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjungnya/>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Alfabeta.
- Suharyadi, & S.K., P. (2017). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Vivin Hanitha. (2020). The Effect of Excellent Services and Corporate Images to Customer Satisfaction on Financial Banking Sector. *Akuntansi*, 2(3), 1–12.
- Wora, J. C. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Universitas Sanata Dharma.

Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiket Hotel pada Aplikasi Pegipegi (Studi Kasus pada Pelanggan di Kota Tangerang)

Rico Tandiwijaya^{1*}, Yanti Puspa Rini²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾tandiwijayarico@gmail.com

²⁾yanti.pusparini@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Gaya Hidup
Kualitas Pelayanan
Kepercayaan
Loyalitas Pelanggan

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan tiket hotel pada aplikasi pegipegi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik data primer menyebarkan kuesioner ke 100 responden. Metode sampel *nonprobability sampling* dengan *sampling purposive*, menggunakan *software* SPSS versi 25.

Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji T menunjukkan gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung $6,561 > t$ tabel $1,985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikansi terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan t hitung $0,684 < t$ tabel $1,985$ dengan signifikansi $0,496 > 0,05$ bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan t hitung $1,006 < t$ tabel $1,985$ dan signifikansi $0,317 > 0,05$ bahwa kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Adjusted R Square memperoleh 70,3% lalu sisanya 29,7% dijelaskan oleh faktor lain. Sesuai dengan uji f pada tabel ANOVA terdapat f hitung $78,948 > F$ tabel $2,70$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan memiliki pengaruh secara simultan.

I. PENDAHULUAN

Di era digital pada saat ini *internet* sudah membentuk hal umum dalam bersosialisasi bahkan bisa dapat mencari informasi dengan mudah namun *internet* juga tidak bisa lepas dari dampak negatif salah satunya yaitu banyak kasus penipuan yang terjadi tetapi hal tersebut bisa dihindarkan dengan melihat dampak positif dari internet yaitu mencari informasi, komunikasi jarak jauh dan mudah membuka kesempatan bisnis. Lama kelamaan masyarakat Indonesia turut merubah pola perilaku dan gaya hidupnya mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju, dapat dilihat perubahannya dari jaman dulu ke jaman sekarang ketika memerlukan suatu hotel ataupun tempat penginapan bisa langsung melalui aplikasi atau website sesuai dengan gaya hidup seseorang.

Masyarakat sebagai pelanggan yang ketergantungan pada gaya hidup tidak dapat dipungkiri akan mengalami konsekuensi negatif dalam suatu transaksi, salah satu konsekuensi negatif itu sendiri adalah kualitas pelayanan yang kurang baik, hal tersebut terjadi karena tidak diperhatikan oleh pihak perusahaan padahal yang menjadi faktor transaksi ulang adalah keramahan dan kemudahan dalam menyelesaikan suatu permasalahan saat bertransaksi, sehingga terjadinya kekecewaan pelanggan yang mengakibatkan kurangnya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan itu sendiri baik barang maupun jasa.

Tidak hanya pelayanan yang menjadi faktor penentu terjadinya transaksi *online* namun perusahaan juga harus mempunyai kepercayaan dimata pelanggan, apabila pelanggan sudah tidak percaya maka perusahaan akan mengalami penurunan pembelian. Ada beberapa masyarakat Indonesia yang belum percaya dalam melakukan transaksi *online* yaitu karna dengan banyaknya kasus penipuan transaksi *online* dimedia sosial membuat pola pikir masyarakat menjadi negatif terhadap transaksi *online*, kurangnya keamanan dalam transaksi dan pihak perusahaan belum sepenuhnya meyakinkan masyarakat terhadap suatu aplikasi untuk bertransaksi.

Tentunya pelanggan akan melakukan transaksi *online* hanya kepada satu aplikasi yang sudah terpercaya dibanding mereka melakukan transaksi pada aplikasi baru yang bahkan belum ada rekomendasi dari saudara maupun kerabat. Namun perlu diperhatikan dari berbagai faktor agar pelanggan merasakan kenyamanan dan kemudahan dalam mengakses *website* ataupun aplikasi, dari rasa nyaman dan mudah diakses pelanggan dapat menyimpulkan bahwa *website* ataupun aplikasi tersebut memiliki pelayanan yang memuaskan sehingga nantinya pelanggan mempunyai *mindset* positif terhadap perusahaan lalu terjadilah transaksi ulang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Gaya Hidup

Menurut (Putra, 2019, p. 17) “Gaya hidup merupakan pola hidup masyarakat yang diekspresikan dalam psikografisnya. Gaya hidup bisa bertahap melewati dimensi AIO. Kegiatan pelanggan, minat konsumen, dan pendapat pelanggan. Gaya hidup dapat ditemukannya sesuatu yang lebih tentang kepribadian seseorang”. Menurut (Saputri, 2018, p. 15) “Cara hidup yang diartikan dengan bagaimana masyarakat menyelesaikan waktu mereka apa yang mereka duga penting pada lingkungan dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri maupun dunia disekitar mereka”. Jadi kesimpulan gaya hidup yaitu pola hidup seseorang yang dilihat dari karakteristik, sikap, dan tindakan dalam kehidupan pribadinya dalam beraktivitas maupun bersosial.

Kualitas Pelayanan

Menurut (NOOR, 2020, p. 34) “Kualitas pelayanan adalah seluruh dari keunggulan dan karakteristik produk ataupun layanan yang mendukung suatu kemampuan untuk terpenuhinya kebutuhan baik langsung ataupun tidak langsung”. Menurut (Sa’adah, 2020, p. 9) “Kualitas pelayanan yaitu tingkatan keutamaan yang diharapkan serta pengendalian atas keistimewaan agar terpenuhinya harapan pelanggan”. Jadi kesimpulan kualitas pelayanan adalah keunggulan perusahaan sebagai pemegang dan mengatur jalannya bisnis barang ataupun jasa agar memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi harapan pelanggan dan nantinya pelanggan mempunyai ekspektasi lebih terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kepercayaan

Menurut (Lusiah, 2018, p. 46) “Kepercayaan merupakan keinginan pihak tertentu agar memperoleh perlakuan oleh pihak lain dengan harapan pihak lain akan mengambil tindakan penting agar nantinya tindakan tersebut terpenuhi, terlepas pada kemampuannya untuk mengarahkan pihak lain”. Menurut (Cahyono, 2019) “Kepercayaan merupakan suatu keyakinan satu pihak tentang maksud serta perilaku yang ditujukan oleh pihak yang lain, oleh karenanya kepercayaan pelanggan diartikan menjadi harapan pelanggan hingga penyedia jasa dapat percaya dalam menepati janjinya”. Jadi kesimpulan kepercayaan merupakan bagian terpenting perusahaan dalam mengelola bisnis dimana pihak lain yaitu pelanggan mempercayai perusahaan tersebut sebagai penjual barang atau jasa.

Loyalitas Pelanggan

Menurut (Lusiah, 2018, p. 49) “Loyalitas pelanggan adalah wujud serta kelanjutan kepuasan pelanggan dalam memakai fasilitas dan pelayanan yang didukung oleh perusahaan”. Menurut (Suryati, 2015, p. 97) “Loyalitas pelanggan merupakan kebiasaan berperilaku agar terjadinya transaksi ulang, berhubungan dan memiliki keterlibatan besar dalam pilihan mereka dan dicirikan dengan mencari informasi eksternal serta dilakukannya evaluasi alternatif”. Jadi kesimpulan loyalitas pelanggan adalah mempunyai kepuasan suatu barang maupun jasa yang sudah melakukan pembelian pada akhirnya terjadilah melakukan pembelian secara berkala dengan teratur dan secara tidak diketahui perusahaan pelanggan mencari informasi seputar barang atau jasa tersebut untuk dilakukan evaluasi lebih lanjut.

III. METODE

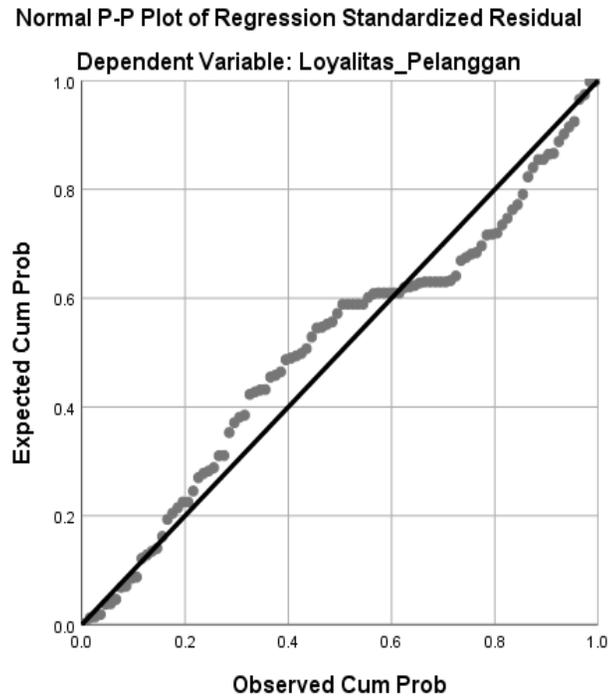
Dalam penelitian ini, peneliti memakai jenis penelitian pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian digunakan dengan jumlah yang tidak terhingga dan peneliti menggunakan pengambilan sampel

teknik *nonprobability sampling* dan metode *sampling purposive*. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan Kuesioner.

Teknik analisis data yang dipakai yaitu uji deskriptif data, uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis (regresi linier berganda, uji korelasi berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f)

IV. HASIL

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Gambar 1
Grafik P-P Plot

Berdasarkan gambar IV.1 grafik p-p plot menunjukkan penyebaran data berada disekitar garis diagonal serta mengikuti garis diagonal artinya pola berdistribusi normal, dan telah memenuhi syarat normalitas data.

Tabel 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.40618923

Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.087
	Negative	-.102
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Berdasarkan tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test besarnya nilai signifikan $0,012 < 0,05$ maka diambil kesimpulan bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2

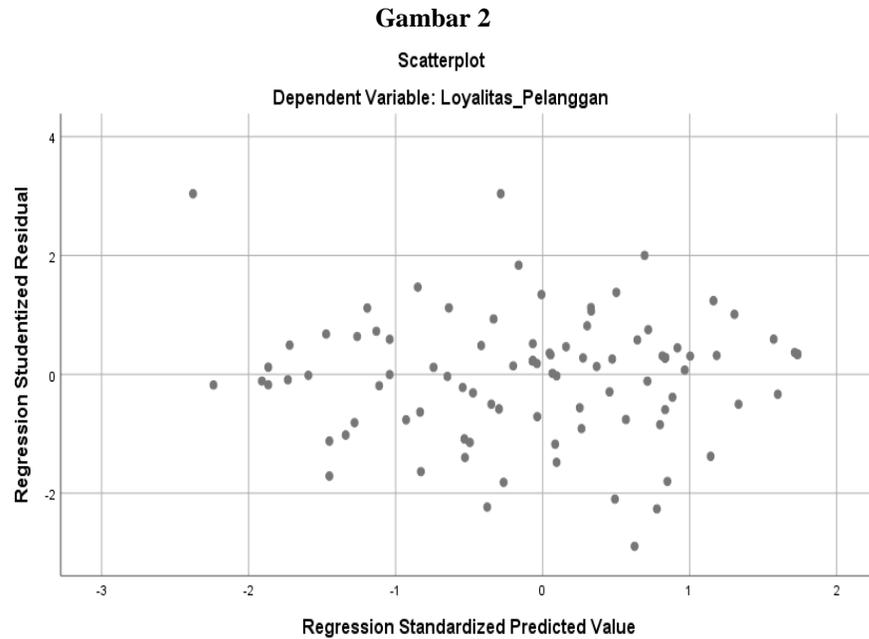
Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.706	2.632		.268	.789	
	Gaya_Hidup	.714	.109	.647	6.561	.000	.309
	Kualitas_Pelayanan	.099	.144	.096	.684	.496	.152
	Kepercayaan	.150	.149	.135	1.006	.317	.167

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas untuk variabel gaya hidup (X1) nilai VIF yaitu sebesar $3,239 < 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,309 > 0,10$, variabel kualitas pelayanan (X2) nilai VIF sebesar $6,565 < 10$ serta nilai *Tolerance* sebesar $0,152 > 0,10$, serta kepercayaan (X3) nilai VIF yaitu sebesar $5,976 < 10$ serta nilai *Tolerance* $0,167 > 0,10$. Maka diambil kesimpulan bahwa model regresi bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Berdasarkan gambar IV.2 titik – titik menyebar dengan acak dan tersebar dengan baik dibawah ataupun diatas angka 0 pada sumbu Y. Maka diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Tabel 3
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.70177
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	59
Z	1.608
Asymp. Sig. (2-tailed)	.108

a. Median

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas bisa dapat dipahami bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,108 > 0,05 artinya tidak terjadi autokorelasi.

Regresi linier berganda

Tabel 4

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.706	2.632		.268	.789
	Gaya_Hidup	.714	.109	.647	6.561	.000
	Kualitas_Pelayanan	.099	.144	.096	.684	.496
	Kepercayaan	.150	.149	.135	1.006	.317

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Pada tabel diatas dijelaskan bahwa :

- Persamaan regresi yaitu $Y = 0,706 + 0,714 + 0,099 + 0,150 + e$
- Konstanta yaitu sebesar 0,706 artinya apabila variabel gaya hidup (X1), kualitas pelayanan (X2), kepercayaan (X3) adalah 1, maka loyalitas pelanggan 0,706.
- Koefisien regresi variabel gaya hidup (X1) yaitu sebesar 0,714 apabila menyatakan setiap penambahan satu poin variabel gaya hidup (X1), akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
- Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu sebesar 0,099 apabila menyatakan setiap penambahan satu poin variabel kualitas pelayanan (X2), akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
- Koefisien regresi variabel kepercayaan (X3) yaitu sebesar 0,150 apabila menyatakan setiap penambahan satu poin variabel kepercayaan (X3), akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Uji Korelasi Berganda

Tabel 5

		Correlations			
		Loyalitas _Pelanggan	Gaya_ Hidup	Kualitas_ Pelayanan	Kepercayaan
Pearson Correlation	Loyalitas_Pelanggan	1.000	.834	.749	.740
	Gaya_Hidup	.834	1.000	.821	.801
	Kualitas_Pelayanan	.749	.821	1.000	.907
	Kepercayaan	.740	.801	.907	1.000
Sig. (1-tailed)	Loyalitas_Pelanggan	.	.000	.000	.000
	Gaya_Hidup	.000	.	.000	.000
	Kualitas_Pelayanan	.000	.000	.	.000
	Kepercayaan	.000	.000	.000	.
N	Loyalitas_Pelanggan	100	100	100	100
	Gaya_Hidup	100	100	100	100
	Kualitas_Pelayanan	100	100	100	100
	Kepercayaan	100	100	100	100

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Berdasarkan pada tabel diatas dijelaskan sebagai berikut :

- Hubungan antara variabel gaya hidup (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar 0,834 berada didalam kategori sempurna.
- Hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar 0,749 berada didalam kategori kuat.
- Hubungan antara variabel kepercayaan (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar 0,740 berada didalam kategori kuat.
- Tabel Correlations menyatakan bahwa pengaruh antara gaya hidup, kualitas pelayanan dan kepercayaan dilihat dari probabilitas yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ artinya jika probabilitas diangka $< 0,05$ maka memiliki hubungan signifikan diantara tiga variabel tersebut. Nilai signifikan sebesar 0,000 menunjukkan ketiga variabel tersebut signifikan artinya menolak H_0 dan menerima H_a .

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.844 ^a	.712	.703	3.459	.712	78.948	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Gaya_Hidup, Kualitas_Pelayanan

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Terdapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,703 atau 70,3% berarti gaya hidup (X1), kualitas pelayanan (X2), kepercayaan (X3) mempunyai pengaruh kontribusi terhadap loyalitas pelanggan (Y) yaitu sebesar 70,3% sisanya 29,7% dijelaskan oleh faktor maupun variabel lain yang tidak terdapat dalam analisis regresi.

UJI HIPOTESIS

Uji T

Tabel 7

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.706	2.632		.268	.789
	Gaya_Hidup	.714	.109	.647	6.561	.000
	Kualitas_Pelayanan	.099	.144	.096	.684	.496
	Kepercayaan	.150	.149	.135	1.006	.317

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas dipahami hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

- Pengaruh Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan
 Hasil uji T diketahui t hitung 6,561 > t tabel sebesar 1,985 dan nilai sig yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya memiliki pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan
 Pada hasil uji T diketahui t hitung $0,684 < t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan $0,496 > 0,05$ sehingga diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak memiliki pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan
 Pada hasil uji T diketahui t hitung $1,006 < t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan $0,317 > 0,05$ sehingga diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak memiliki pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F

Tabel 8
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2833.750	3	944.583	78.948	.000 ^b
	Residual	1148.610	96	11.965		
	Total	3982.360	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Gaya_Hidup, Kualitas_Pelayanan

Sumber : Hasil Olah Data Software SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas nilai F hitung sebesar $78,948$ dengan signifikan sebesar $0,000$. Diketahui nilai F hitung $78,948 > F$ tabel $2,70$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dapat diambil kesimpulan bahwa Uji F seluruh variabel independen gaya hidup (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepercayaan (X3) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

V. KESIMPULAN

- a. Berdasarkan hasil akhir hipotesis parsial memiliki pengaruh signifikan antara variabel Gaya Hidup (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada pelanggan tiket hotel pegipegi. Dapat dilihat hasil uji T diketahui t hitung $6,561 > t$ tabel sebesar $1,985$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga diambil kesimpulan bahwa memiliki pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Berdasarkan hasil akhir hipotesis parsial tidak memiliki pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada pelanggan tiket hotel pegipegi. Dapat dilihat hasil uji T diketahui t hitung $0,684 < t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan $0,496 > 0,05$ sehingga diambil kesimpulan bahwa tidak memiliki pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan
- c. Berdasarkan hasil akhir hipotesis parsial tidak memiliki pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada pelanggan tiket hotel pada aplikasi pegipegi. Dapat dilihat hasil uji T diketahui t hitung $1,006 < t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan $0,317 > 0,05$ sehingga diambil kesimpulan bahwa tidak memiliki pengaruh signifikan antara gaya hidup terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Koefisien Determinasi bersumber pada hasil *output* SPSS 25 terdapat nilai *Adjusted R Square* sebesar $0,703$ atau $70,3\%$ berarti gaya hidup (X1), kualitas pelayanan (X2), kepercayaan (X3) mempunyai pengaruh kontribusi terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar $70,3\%$ sisanya $29,7\%$ dijelaskan oleh faktor maupun variabel lain yang tidak terdapat didalam analisis regresi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. N. (2019). *ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL AHASS WALI MOTOR DEMAK*. Universitas Semarang.
- Lusiah. (2018). *LOYALITAS PELANGGAN: Berdasarkan Hasil Penelitian pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Medan*. CV BUDI UTAMA.
- NOOR, F. V. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA [Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu]. In *Engineering, Construction and Architectural Management* (Vol. 25, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034><https://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/article/viewFile/19288/19711><http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Putra, P. K. H. D. (2019). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT MELALUI TRAVELOKA* (Vol. 3). Universitas Sanata Dharma.
- Sa'adah, L. (2020). *KUALITAS LAYANAN, HARGA, CITRA MERK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Saputri, A. E. (2018). *ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUTIK MAYANG COLLECTION PUSAT DI KOTA MALANG*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Suryati, L. (2015). *MANAJEMEN PEMASARAN*. CV BUDI UTAMA.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020

Handry Wijaya^{1)*}, Sutandi²⁾

¹⁾²⁾ Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾handrywijaya9@gmail.com

²⁾sutandi023@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Profitabilitas
Likuiditas
Leverage
Agresivitas Pajak

Abstrak

Tujuan riset ini ialah guna melihat “Profitabilitas, likuiditas dan leverage mempunyai pengaruh pada Agresivitas Pajak”. Populasi riset ini yakni laporan keuangan perbankan di BEI periode 2016 hingga 2020.

Metode penelitian yang dipakai ialah metode kuantitatif pengolahan sampel memakai teknik purposive sampling. Data yang didapat penulis yakni data 13 perusahaan yang sesuai standar selama periode pengamatan 5 tahun, disusun berurutan, dan hasil yang didapat, total 65 data perusahaan. Pengolahan data penyusunan makalah ini memakai program SPSS versi 24 guna mengadakan uji statistik deskriptif, uji hipotesis klasik, uji analisis regresi linier berganda serta uji hipotesis.

Hasil pengujian memperlihatkan hasil nilai signifikan profitabilitas yang diukura memakai rumus ROA adalah 0,000, hasil nilai signifikan likuiditas yang dihitung dengan rumus LAR adalah 0,482, dan hasil nilai signifikan leverage yang dihitung dengan PR rumusnya adalah 0,003. Dari hasil penelitian ini memperlihatkan profitabilitas serta leverage berkorelasi signifikan dengan agresi pajak, likuiditas tak memberi pengaruh signifikan pada agresi pajak sedangkan berkorelasi dengan agresi pajak.

I. PENDAHULUAN

Pajak bisa diartikan kewajiban kepada negara yang bersifat dipaksa tanpa ada imbalan langsung serta digunakan bagi keperluan negara (Wibowo et al., 2021). Pajak memainkan peran besar dalam perekonomian negara di berbagai bidang baik dari segi pendidikan, industri, perbankan, dan sebagainya. Namun masih melemahnya pemungutan pajak yang dilakukan oleh pemerintah, oleh sebab itu pemungutan pajak merupakan sesuatu yang amat penting dan harus diberikan perhatian khusus oleh pemerintah dengan pengelolaan yang baik.

Dalam hal ini, perusahaan secara aktif mengurangi pajak yang terutang guna mendapat laba bersih sesuai pajak. Agresi pajak ialah tindakan meminimalkan beban pajak untuk tujuan perencanaan pajak lewat cara legal ataupun ilegal.

Berbagai kasus pajak-agresif cenderung mengarah penghindaran pajak, yang sering dihadapi otoritas di banyak sektor bisnis serta ekonomi. Seperti kasus agresivitas pajak badan atau PT. Bank of Central Asia mengatakan ada kekurangan pelaporan pajak penghasilan dari tahun 2001 hingga 2008. pt. BCA hanya membayar 20%–22%, meskipun wajib pajak badan dengan penghasilan di atas Rp100 juta menurut UU No 17 Tahun 2000 terkait Pajak Penghasilan (PPh) wajib membayar 30% dan kemudian berubah menjadi 25%.

* Corresponding author

Kasus ini menunjukkan beragam perusahaan berusaha melakukan agresivitas pajak untuk melakukan manipulasi laba fiskal. Banyak cara sudah dijalankan untuk menjalankan kegiatan agresivitas pajak lewat pengendalian level profitabilitas, pengendalian tingkat likuiditas dan pada tingkat *leverage*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pajak

Definisi pajak berdasarkan (*UU No 16 Tahun 2009 | Direktorat Jenderal Pajak, n.d.*) mengatakan : “Pajak ialah kontribusi wajib ke negara terutang oleh pribadi ataupun badan yang bersifat menurut UU, dengan tak dapat imbalan langsung dan dipakai demi keperluan negara untuk kemakmuran rakyat sebanyak-banyaknya”. Berlandaskan definisi itu, bisa diambil kesimpulan pajak adalah kewajiban berupa iuran yang wajib dibayar wajib pajak untuk dibayarkan ke pemerintah sesuai tarif pajak resmi yang diatur dalam UU yang berlaku.

Profitabilitas

Menurut (Pranaidtya et al., 2021) mengemukakan: “Profitabilitas ialah rasio yang bisa memperlihatkan kemampuan perusahaan mencetak laba menurut aktivitas bisnis misalnya kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal.”

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan mencetak keuntungan dari pemakaian semua aset. Makin tinggi nilai *Return On Assets* makin baik sebab memperlihatkan kinerja keuangan perusahaan baik serta mendapat keuntungan besar (Simorangkir et al., 2021). Menurut SE BI 13/30/DPNP (2011) rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Likuiditas

Likuiditas dalam perusahaan perbankan dapat diartikan sebagai tolak ukur kesanggupan bank guna mencukupi kewajiban finansialnya yang bakal jatuh tempo. Apabila bank mempunyai alat pembayaran di kurun waktu tertentu, ini dinamakan kekuatan membayar. Tapi, punya kekuatan membayar tak juga artinya punya kemampuan likuiditas. Perusahaan perbankan yang mempunyai kapabilitas likuiditas, lebih mudah untuk memelihara kepercayaan masyarakat.

Menurut (Savan, 2021) menyatakan bahwa: “likuditas adalah kapabilitas seorang individu atau badan usaha untuk membayar kembali hutang lancar dengan aset lancar.”. Menurut (<https://ardra.biz>) rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Loan to Assets Ratio} = \frac{\text{Total Loans}}{\text{Total Assets}}$$

Leverage

Menurut (Permatasari & Winata, 2022) menyatakan bahwa: “*leverage* didefinisikan pemakaian aset dan sumber keuangan bisnis untuk memaksimalkan keuntungan yang didapat pemilik saham.”. Menurut (<https://ardra.biz>) rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Primary ratio} = \frac{\text{Equity Capital}}{\text{Total Assets}}$$

Agresivitas Pajak

Pajak diartikan biaya yang bisa mengurangi pendapatan suatu perusahaan, suatu perusahaan akan meminimalkan beban pajak lewat mengurangi pendapatan kena pajak secara legal dan illegal. *Tax aggressiveness* adalah perbuatan yang dapat dilakukan tiap perusahaan untuk menekan jumlah beban pajak yang ditanggung.

Menurut Mangoting (2014) (dalam Allo et al., 2021) menyatakan bahwa : “Agresivitas pajak ialah strategi penghindaran pajak guna meminimalisir beban pajak perusahaan lewat penghindaran pajak melanggar aturan perpajakan ataupun memakai celah hukum ataupun *loopholes*”. Rumus yang digunakan yakni :

$$\text{ETR} = \frac{\text{Total Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

III. METODE

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif. Di penelitian ini berisikan penelitian berbentuk angka dengan tujuan menganalisa memakai uji statistik. Populasi kajian ini yakni semua perusahaan perbankan di BEI di tahun 2016 hingga 2020 dengan jumlah 47 perusahaan yang berasal dari web www.idnfinancials.com.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, memakai data sekunder dari laporan tahunan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2016 hingga 2020. Bagi teknik pengumpulan data digunakan studi kepustakaan dan studi dokumen. Dari teknik ini, penulis bisa memperoleh pengetahuan tentang beragam konsep yang bakal digunakan dasar ataupun pedoman untuk data pelaporan keuangan tahunan perusahaan periode 2016 hingga 2020, terkait dengan variabel yang bakal diteliti yaitu profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage*. Data dari situs resmi BEI dan web lainnya terkait.

Kajian ini memakai metode *purposive sampling* di penentuan sample. Kriteria penentuan sample yaitu:

1. Perusahaan perbankan yang tidak mengalami *newlisting* dalam 2016–2020.
2. Perusahaan perbankan yang tak mengalami *delisting* dalam 2016–2020.
3. Perusahaan perbankan yang tak mempublikasikan *annual report* pada BEI dalam tahun 2016–2020.
4. Perusahaan perbankan yang rugi dalam tahun 2016–2020.

Dari kriteria sampel diatas, hasil sampel yang diperoleh menurut pengamatan sebanyak 13 perusahaan perbankan. Dengan periode pengamatan yang digunakan lima tahun. Kesimpulan ialah pemakaian data sejumlah 65 data.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data di penelitian ini ialah analisis kuantitatif yakni pemakaian angka, perhitungan statistik guna menganalisa hipotesis, lewat berbagai alat analisis. Uji hipotesis diadakan memakai program SPSS versi 24, menghasilkan data berbentuk tabel serta deskriptif guna melakukan evaluasi keputusan di hasil analisis. Uji di penelitian ini yakni:

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji ini ialah statistik yang berguna mendeskripsikan gambaran umum tentang objek penelitian lewat data sampel ataupun populasi apa adanya, tanpa harus menganalisa serta menyimpulkan berlaku umum.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini diadakan melakukan uji apakah sebuah data yang dipakai dan akan diteliti normal ataupun tak normal secara statistik. Telah diketahui bahwa model regresi yang baik ialah model dengan nilai residual terdistribusi normal.

Uji normalitas diadakan memakai tahapan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yakni jika nilai signifikansi $> 5\%$ data berdistribusi normal. Apabila nilai signifikansi $< 5\%$ tak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini diadakan guna mendapatkan informasi terkait apakah korelasi antar variabel independen (X) pada model regresi korelasinya dapat ditemukan. Model regresi yang baik harusnya tidak terjadinya multikolinieritas, yaitu tak adanya korelasi antar variabel bebas.

Untuk menentukan apakah model regresi memiliki multikolinieritas, nilai *tolerance* serta VIF sering dipakai untuk memeriksanya. Nilai Tolerance dijalankan untuk mengukur variabilitas dari variabel independen yang dipilih dan tak bisa diuraikan variabel independen lain. Karenanya, nilai tolerance rendah menunjukkan tingginya nilai VIF disebabkan $VIF = 1/\text{tolerance}$, memperlihatkan kolinieritas tinggi. Nilai *cut-off* yang diputuskan berlaku untuk nilai tolerance 0,10 ataupun nilai VIF > 10 .

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan guna mengetahui apakah pada sebuah periode tertentu ada korelasi antar model variabel sebelumnya dengan variabel pengganggu. Model regresi akan baik jika regresi terbebas dari autokorelasi. Menentukan autokorelasi diputuskan lewat penerapan metode DW test memakai beragam ketentuan yaitu:

- $dW < dL$, adanya korelasi yang positif.
- $dL < dW < dU$, tak bisa diambil kesimpulan.
- $dL < dW < 4-dU$, tak ada autokorelasi.

- $4-dU < dW < 4-dL$, tak bisa diambil kesimpulan.
- $dW > 4-dL$, maka tidak ada autokorelasi negatif.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini ialah uji yang dilakukan dengan melihat apakah dalam model tersebut memiliki sama atau tidaknya sebuah varian yang ada dari residual dan observasi, bilamana residualnya memiliki sebuah varian yang sama maka dapat dikatakan terjadinya homoskedastisitas dan sebaliknya bilamana residualnya tidak memiliki sebuah varian yang sama maka dikatakan dapat terjadinya heteroskedastisitas. Model regresi baik ialah regresi yang tak terjadinya heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa ini digunakan di kajian yang punya variabel independen lebih dari satu. (Ghozali, 2018) menyatakan “Analisa regresi linear berganda digunakan untuk menyampaikan arah serta besaran impresif efek variabel independen pada variabel dependen”

Hasil ini melakukan uji besaran prestisius pengaruh profitabilitas, likuiditas dan *leverage* di agresivitas pajak. Persamaan regresi linier berganda dikonfigurasi memakai rumus dibawah:

$$ETR = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 LAR + \beta_3 PR + e$$

Keterangan :

ETR : Agresivitas Pajak

α : Konstanta

$\beta_1 - 3$: Koefisien regresi setiap variable x

ROA : Profitabilitas

LAR : Likuiditas

PR : *Leverage*

ϵ : Standar Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial T

Uji ini diadakan guna menunjukkan dampak yang timbul dari satu variabel independen individual guna menginterpretasikan variasi variabel dependen. Uji statistik t merupakan tolak ukur pada pengujian signifikan secara parsial. Kriteria pelaksanaan uji t yaitu:

1. Apabila T hitung $<$ T tabel serta nilai dari signifikansi $t < 0,05$ atau 5%

hingga H_0 ditolak, artinya terdaxpat pengaruh signifikan dari variabel

independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

2. Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ serta nilai dari signifikansi $t > 0,05$ atau 5% hingga H_0 diterima, artinya tak ada pengaruh signifikan dari variabel independen (X) pada variabel dependen (Y).

b. Uji Simultan F

Uji signifikansi simultan (uji F) di kajian ini dipergunakan menunjukkan dampak seluruh variabel bebas simultan pada variabel terikat. Uji statistik F merupakan tolak ukur dalam pengujian signifikan secara simultan dan menunjukkan bahwa H_1 , H_2 , dan H_3 secara simultan sama dengan nol (0).

Uji ini dilihat berdasarkan penerapan tingkat signifikan yakni 0,05 dan pengujian ini dapat dilihat dari output SPSS. Kriteria uji ini yaitu:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ serta nilai signifikansi F yang didapat nilainya < nilai signifikansi yang dipakai ialah sebesar 0,05 hingga bisa diambil kesimpulan semua variabel bebas memberi pengaruh kepada variabel terikat.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ serta nilai signifikansi F yang didapat nilainya > nilai signifikansi yang dipakai ialah sejumlah 0,05 maka bisa disimpulkan seluruh variabel bebas tak memberi pengaruh kepada variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini diadakan guna menilai besaran besar kapabilitas model menjabarkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi mencerminkan besaran variasi dan variabel dependen bisa diterangkan variabel independen. Dalam menentukan tolak ukur uji koefisien determinasi maka menggunakan *Adjusted R Square*.

IV. HASIL

1. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Mode	R	Adjusted R	Std. Error of	Durbin-
I	R	Square	the Estimate	Watson
1	.712 ^a	.507	.0273673	1.941

a. Predictors: (Constant), Leverage (X3), Likuiditas (X2), Profitabilitas (X1)

b. Dependent Variable: Agresivitas Pajak (Y)

Dari tabel itu, maka bisa dilihat nilai dari Adjusted R Square (R^2) ialah 0,483. Nilai itu memperlihatkan variabel bebas yang dipakai penelitian ini hanya dapat menerangkan variabel terikat sebanyak 48,3% serta sisanya sebanyak 51,7% akan dijabarkan variabel lain yang tak dikenakan di penelitian kali ini.

b. Hasil Uji Parsial (uji T)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.242	.038		6.406	.000
	Profitabilitas (X1)	-3.995	.547	-.744	-7.302	.000
	Likuiditas (X2)	.034	.048	.069	.708	.482
	Leverage (X3)	.278	.091	.300	3.068	.003

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak (Y)

Berlandaskan hasil uji signifikansi parameter individual di atas, bisa disimpulkan:

1. Pengaruh profitabilitas (ROA) pada Agresivitas Pajak

Dari hasil uji diatas, bisa diketahui nilai T hitung > T tabel ($7,302 > 1,99962$) serta memiliki level signifikansi sebanyak $0,000 < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Ini memperlihatkan profitabilitas (ROA) mempunyai pengaruh signifikan pada agresivitas pajak (ETR). Dari hasil uji diatas maka H1 di penelitian ini **“diterima”**.

2. Pengaruh likuiditas (LAR) terhadap Agresivitas Pajak

Dari hasil uji itu, bisa diketahui nilai T hitung < T tabel ($0,708 > 1,99962$) dan mempunyai tingkat signifikansi sebanyak $0,482 > 0,05$ ($0,482 > 0,05$). Ini memperlihatkan likuiditas (LAR) tak mempunyai pengaruh signifikan pada agresivitas pajak (ETR). Dari hasil uji maka H2 dalam penelitian ini **“ditolak”**.

3. Pengaruh leverage (PR) terhadap Agresivitas Pajak

Dari uji diatas, bisa diketahui nilai T hitung > T tabel ($3,068 > 1,99962$) serta mempunyai level signifikansi sebanyak $0,003 < 0,05$ ($0,003 > 0,05$). Ini memperlihatkan leverage (PR) mempunyai pengaruh signifikan pada agresivitas pajak (ETR). Dari hasil uji diatas H3 di penelitian ini **“diterima”**.

c. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.047	3	.016	20.950	.000 ^b
	Residual	.046	61	.001		
	Total	.093	64			

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak (Y)

b. Predictors: (Constant), Leverage (X3), Likuiditas (X2), Profitabilitas (X1)

Berdasarkan uji statistik simultan, maka bisa nilai F hitung > F tabel ($20,950 > 2,75$) dan hasil dari uji f pada penelitian ini sebanyak 0,000 yang mana nilai itu < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil uji ini memperlihatkan setiap variabel di penelitian ini punya pengaruh simultan pada agresivitas pajak (ETR).

V. KESIMPULAN

Penelitian kali ini diadakan memakai tujuan guna mencari tahu pengaruh dari tiga (3) variabel independen yaitu profitabilitas, likuiditas, serta leverage pada variabel dependen yaitu agresivitas pajak perusahaan perbankan pada BEI periode 2016 sampai periode 2020. Dari hasil olah data serta pembahasan penelitian bisa disimpulkan yakni:

1. Profitabilitas (X1) memberi pengaruh signifikan pada agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebanyak 0,000. Dapat dilihat bahwa $0,000 < 0,05$. Karenanya, hasil penelitian ini menyimpulkan H1 diterima.
2. Likuiditas (X2) tak memberi pengaruh signifikan pada agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebesar 0,482. Dapat dilihat bahwa $0,482 > 0,05$. Karenanya, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa H2 ditolak.
3. *Leverage* (H3) berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak dengan nilai signifikansi sebanyak 0,003. Dapat dilihat bahwa $0,003 < 0,05$. Karenanya, hasil penelitian ini mengambil kesimpulan H3 diterima.
4. Profitabilitas (X1), likuiditas (X2), serta *leverage* (X3) secara simultan memberi pengaruh signifikan pada agresivitas pajak dengan nilai signifikansi 0,000. Dapat dilihat bahwa $0,000 < 0,05$. Karenanya, hasil penelitian ini menyimpulkan H4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Allo, M. R., Alexander, S. W., Suwetja, I. G., Alexander, S. W., & Suwetja, I. G. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2018). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 647–657.
- Permatasari, N., & Winata, S. (2022). *Pengaruh Leverage Profitability Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur*

Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020) The Effect Of Leverage , Profitability And Corporate Social Responsibility (Csr) On Tax Avoidance (Empirical Study on Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on indonesia Stock Exchange (IDX) 2016-2020). 2.

- Pranaditya, A., Andini, R., & Andika, A. D. (2021). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Leverage Terhadap Manajemen Laba yang ...* - Ari Pranaditya, Rita Andini, Arditya Dian Andika - Google Buku.
[https://books.google.co.id/books?id=DaxIEAAAQBAJ&pg=PA18&dq=profitabilitas+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwi8yses9ZX3AhXLS2wGHev_DKAQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=profitabilitas adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?id=DaxIEAAAQBAJ&pg=PA18&dq=profitabilitas+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwi8yses9ZX3AhXLS2wGHev_DKAQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=profitabilitas%20adalah&f=false)
- Rasio Leverage Perbankan.* (n.d.). <https://ardra.biz/topik/primary-ratio/>
- Rasio Likuiditas Bank.* (n.d.). <https://ardra.biz/rasio-likuiditas-bank-quick-ratio-banking-ratio-loan-to-deposit-ratio-cash-ratio-loan-to-asset-ratio-deposit-risk-ratio-investing-policy-ratio/>
- Savan, A. (2021). *Apa itu Likuiditas? Simak Pembahasannya Disini!* - Investree Blog.
<https://blog.investree.id/investasi/apa-itu-likuiditas-simak-pembahasannya-disini/>
- Simorangkir, viva desi tarida, Hidayat, A., Parameswari, R., & Yana, D. (2021). *Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Current Ratio (CR), Debt To Equity Ratio (DER), Dan Total Asset Turnover (TATO) Terhadap Kondisi Financial Distress.* 3, 380–391.
- Wibowo, S., Sutandi, Limajatini, & Kamarudin, H. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Capital Intensity terhadap Tax Avoidance dengan Variabel Opinion Shooping Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur di BEI.* 1, 1–12.

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia

Dicky Bernardus^{1)*}, Diana Silaswara²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾dickybernardus08@gmail.com

²⁾diana.silaswara@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Penelitian yang dibuat bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Tokopedia. Dilihat dari penelitian yang telah dibuat pada skripsi, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, peneliti menggunakan uji *validity*, uji *reliability*, uji *normality* data, uji heteroskedastisitas, regresi sederhana, regresi linear berganda, kolerasi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Kata kunci:

Penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh pada variabel berpengaruh yaitu variabel Produk, Harga, Promosi, dan *Place*, terhadap variabel terpengaruh yaitu Minat Beli (Y) pada *E-Commerce* Tokopedia. Produk (X1) menunjukkan adanya pengaruh melalui taksir signifikan sebanyak $0,000 < 0,05$, Harga (X2) menunjukkan adanya pengaruh melalui taksir signifikansi sebanyak $0,000 < 0,05$, Promosi (X3) menunjukkan adanya pengaruh melalui taksir signifikan sebanyak $0,000 < 0,05$, *Place* (X4) menunjukkan adanya pengaruh melalui taksir signifikan sebanyak $0,000 < 0,05$.

Produk
Harga
Promosi
Place
Minat Beli

I. PENDAHULUAN

Beberapa dari masyarakat Indonesia mungkin sudah tidak asing dengan kata “belanja”, kata belanja sudah tidak asing dari telinga orang Indonesia karena orang Indonesia pasti pernah melakukan berbelanja yang pada akhirnya melakukan transaksi pembelian terhadap produk yang kita beli. Berbelanja sendiri mungkin sebagian besar orang Indonesia ketika melakukan pembelian secara langsung atau offline pada pasar, toko, warung, dan *minimarket* maupun *supermarket*. Karena masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan pembelian secara langsung, maka calon konsumen membeli barang dengan melihat produk terlebih dahulu, melakukan penawaran (jika itu terjadi pada pasar, toko dan warung), dan memburu diskon (jika itu terjadi pada *minimarket* dan *supermarket*) lalu melakukan transaksi pembelian.

Sebelum melakukan transaksi pembelian, konsumen terlebih dahulu harus mempunyai minat beli terhadap suatu produk, harga, tempat dan promosinya. Minat beli merupakan hasrat yang ada pada diri setiap orang (konsumen) ketika setiap kali melihat produk yang sebagaimana hasil yang diperoleh dalam observasi dan pengalaman yang dialami dalam setiap diri individu (konsumen) pada suatu produk. (Aprian & Hidayat, 2018). Pengamatan dan pencarian informasi oleh konsumen melibatkan bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan tempat. Menurut (Ritonga et al., 2018) Bauran pemasaran merupakan beberapa variabel dalam pemasaran yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran. Beberapa variabel tersebut adalah *product*, *price*, *promotion* dan *place*. Produk yang diamati konsumen biasanya dilihat dari angka kegunaan produk apakah berharga untuk dibeli atau bermanfaat digunakan dalam jangka waktu yang lama dan kegunaan produk tersebut bisa menjadi pengaruh minat beli konsumen. Kedua adalah harga, harga sendiri menentukan minat beli konsumen apakah harga selaras dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen. Selanjutnya adalah promosi, yang dapat menentukan minat beli dalam melihat produk dan harga di sosial media, koran, atau katalog *e-commerce* dan adakah diskon, potongan harga dalam promosi tersebut. Dan terakhir adalah tempat, tempat sendiri juga menentukan minat beli konsumen apakah tempat tersebut dekat sekitar calon konsumen atau keterjangkauan tempat oleh konsumen dapat diakses atau tidak. Semuanya mempunyai keterkaitan dalam bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen. Pada jaman

sekarang tentunya untuk memasarkan produk telah mempermudah kehidupan manusia dengan cara kehidupan serba *online*.

Dengan begitu masyarakat Indonesia terbiasa dengan pembelian secara *offline*, maka bagaimana dengan pembelian produk secara *online*? Tentunya masyarakat Indonesia juga tidak bermasalah dengan pembelian produk secara *online*. Karena pada jaman sekarang *e-commerce* telah bermunculan, salah satu *e-commerce*nya adalah Tokopedia. Dengan munculnya Tokopedia serta *e-commerce* lainnya bermunculan, maka masyarakat Indonesia sudah mengetahui peralihan dari pembelian secara konvensional menuju digital secara terstruktur, sistem dan masif.

Fungsi *e-commerce* untuk masyarakat Indonesia tersendiri adalah sebagai jembatan komunikasi antara penjual dan pelanggan, sebagai alat pemasaran baik itu jasa atau barang, memperlebar pangsa pasar, meningkatkan penjualan secara daring, meminimalisirkan resiko kerugian, mempercepat informasi yang disebar.

88,1% *user internet* di Indonesia, *user e-commerce* yang tercatat tertinggi di dunia pada April 2021. (Lidwina, 2021).

Konsumen *e-commerce* di Indonesia terpesat peningkatan dalam belanja *online* sebanyak 88 persen (Uli, 2021). Dikutip dari Cnn.Indonesia.com yang ditulis oleh Uli pada tanggal 29 Desember 2021, NielsenIQ mencatat 32 juta orang memakai layanan *e-commerce* pada tahun 2021. 88 persen lebih tinggi dari 2020 yang tercatat 17 juta *user* (Uli, 2021). Direktur Nielsen Indonesia, Rusdy Sumantri menyatakan peningkatan *user e-commerce* disebabkan oleh pengguna internet di Indonesia naik 32 persen atau dengan kata lain 45 juta orang tercatat pengguna internet sepanjang tahun ini (Uli, 2021). Tokopedia, dan Shopee semakin bersaing pada pasar Indonesia. Laporan iPrice yang diambil dari cnbcindonesia.com pada kuartal II 2021, Tokopedia memberi perlawanan pada Shopee dalam pengunjung *web* bulanan (Bestari, 2021).

Melihat hasil riset ini, Tokopedia mempunyai 147,79 juta *visitors* mengalahkan Shopee dalam *web* bulanan 2021, Tokopedia tidak mengungguli Shopee dalam *App Store* dan *Play Store*. Hasil tersebut menjelaskan Tokopedia dalam posisi kedua mengikuti *App Store* dan posisi keempat mengikuti *Play Store* (Bestari, 2021)

Tokopedia menjadi *e-commerce* favorit pada kuartal III 2021 sebanyak 158,1 juta *visitors* (Jayani, 2021).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Produk

Menurut (Yuliyzar, 2020, 98) mengatakan bahwa Produk merupakan suatu barang yang mempunyai angka guna dan manfaat demi memuaskan konsumen. Menurut (Lestari, 2021, 34) mengatakan bahwa produk merupakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan demi memuaskan konsumen yang disediakan produsen untuk konsumen.

Harga

Menurut Setiowaty & Winarningsih (2017) dalam jurnal (Wibowo, 2018) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh jasa atau barang yang diinginkan. Menurut Dr. Badrudiin, M.Ag dalam jurnal (Inggriani & Janamarta, 2019) mengatakan bahwa harga merupakan tebusan sebagai penanda demi mendapatkan barang atau jasa.

Promosi

Menurut William J. Santon dalam jurnal (Dinata et al., 2019) menyatakan *promotion* merupakan elemen dalam *marketing mix* untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Menurut (Limakrisna, 2019, 73) mengatakan bahwa promosi merupakan strategi untuk mendapatkan perhatian konsumen yang meliputi *personal selling*, *public relation*, dan *direct marketing*.

Place

Menurut (Ritonga et al., 2018, 119) mengatakan bahwa tempat merupakan lokasi adanya penjual dan pembeli untuk terjadinya transaksi. Menurut (Halim et al., 2021, 63) mengatakan bahwa lokasi adalah tempat organisasi memilih untuk menemukan produk atau layanannya sehingga konsumen sarannya dapat dengan mudah mengaksesnya.

Minat Beli

Menurut (Febriani & Asmara, 2018) mengatakan bahwa minat beli merupakan hal yang muncul dari dalam diri seorang setelah memperoleh stimulasi dari kesan pertama pada suatu produk. Menurut (Aprian & Hidayat, 2018) mengatakan bahwa minat beli merupakan hasrat yang ada pada diri setiap orang (konsumen) ketika setiap kali melihat produk yang sebagaimana hasil yang diperoleh dalam observasi dan pengalaman yang dialami dalam setiap diri individu (konsumen) pada suatu produk.

III. METODE

Jenis Penelitian

Pada bagian ini, penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan metoda deskriptif kausal yang memberikan informasi untuk menggambarkan pengaruh sebab akibat pada variabel yang diteliti.

Menurut Shields dan Rangarajan dalam buku (Sinambela, 2021, 115) menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan keberadaan populasi yang sedang diteliti. Dan Menurut (Winata, 2021), penelitian deskriptif mempunyai tujuan yaitu merancang penelitian yang sistematis dan faktual serta akurat mengenai fakta-fakta yang sedang diselidiki.

Jenis Data

Jenis penelitian yang ditulis adalah *primary data*, *primary data* yang dipakai adalah kuesioner yang disebarakan kepada pemakai layanan *e-commerce* Tokopedia.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti adalah menggunakan data primer yang sebagaimana cara pengumpulannya melalui kuesioner. Menurut (Kusnawan, 2018), kuesioner dilakukan untuk mengetahui pendapat dan tanggapan dari konsumen.

Populasi

Populasi yang dilakukan oleh peneliti adalah para *user e-commerce* Tokopedia pada tahun 2022.

Sampel

Sampel yang digunakan peneliti adalah sampel yang berjumlah 169 orang.

Teknik Analisis Data

Pada bagian ini, peneliti memakai analisis regresi sederhana, pengujian secara parsial (uji t), uji simultan (uji f), uji *coefficient* determinasi (R²) dan pengujian ini menggunakan *softwar* spss versi 25.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

a. Uji Regresi Linear Sederhana (Parsial)

1. Produk (X1)

Uji R Regresi Linear Sederhana Produk
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.454 ^a	.206	.201	6.07307

a. Predictors: (Constant), Produk

Sumber: Spss versi 25

Angka (R) yaitu sebanyak 0.454. Dan angka R Square sebanyak 0.206 yang berarti 20.6% variabel produk berpengaruh pada variabel minat beli.

2. Harga (X2)

Uji R Regresi Linear Sederhana Harga
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.524	4.69008

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Spss versi 25

Angka (R) yaitu sebanyak 0.726. Dan angka R Square sebanyak 0.527 yang berarti 52.7% variabel harga berpengaruh pada variabel minat beli.

3. Promosi (X3)

Uji R Regresi Linear Sederhana Promosi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.719 ^a	.517	.514	4.73864
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Promosi

Sumber: Spss versi 25

Angka (R) yaitu sebanyak 0.719. Dan angka R Square sebanyak 0.517 yang berarti 51.7% variabe promosi berpengaruh pada variabel minat beli.

4. Place (X4)

Uji R Regresi Linear Sederhana Place

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.526	4.67946

a. Predictors: (Constant), Place

Sumber: Spss versi 25

Angka (R) yaitu sebanyak 0.727. Dan angka R Square sebanyak 0.529 yang berarti 52.9% variabel place berpengaruh pada variabel minat beli.

b. Uji Coefficient Determinasi

Uji Coefficient Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.853 ^a	.728	.721	3.58796	.728	109.675		164	.000

a. Predictors: (Constant), Place, Produk, Promosi, Harga

Sumber: Spss versi 25

Angka (R) yaitu sebanyak 0.853. Dan angka R Square sebanyak 0.721 yang berarti 72.1% variabe produk, harga, promosi, dan place adanya pengaruh pada variabel minat beli.

2. Tabel Uji Hipotesis

• Uji T

Uji T untuk X1(Produk)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.309	2.788		8.720	.000
	Produk	.334	.051	.454	6.585	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Spss versi 25

Angka t hitung sebanyak 6.585 > 1.97445 dengan angka signifikan 0.000 < 0.05, Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti adanya pengaruh antar variabel produk pada minat beli.

Uji T untuk (Harga)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.045	2.112		6.649	.000
	Harga	.681	.050	.726	13.628	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Spss versi 25

Angka t hitung sebanyak 13.628 > 1.97445 dengan angka signifikan 0.000 < 0.05, Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti adanya pengaruh antar harga terhadap minat beli.

**Uji T untuk (Promosi)
 Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.570	2.115		6.888	.000
	Promosi	.528	.040	.719	13.362	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber:Spss versi 25

Angka t hitung sebanyak 13.362 > 1.97445 dengan angka signifikan 0.000 < 0.05. Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti adanya pengaruh antar promosi terhadap minat beli.

**Uji T untuk (Place)
 Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.933	2.039		7.322	.000
	Place	.658	.048	.727	13.687	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber:Sps versi 25

Angka t hitung sebanyak 13.687 > 1.97445 dengan angka signifikan 0.000 < 0.05. Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti adanya pengaruh antar place pada minat beli.

• **Uji F**

**Uji F
 ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5647.576	4	1411.894	109.675	.000 ^b
	Residual	2111.253	164	12.873		
	Total	7758.828	168			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Place, Produk, Promosi, Harga

Sumber: Spss versi 25

Angka F hitung 109.675 > F tabel 2.43 dengan angka signifikan 0.000 < 0.05. Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang mempunyai arti adanya pengaruh linear antar variabel *product*, *price*, *promotion*, dan *place* dengan minat beli.

V. KESIMPULAN

Jika melihat hasil pembahasan tentang pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, *place* terhadap minat beli konsumen pada *e-commerce* Tokopedia, berikut hasilnya di bawah ini:

1. Angka (R) yaitu sebanyak 0.454. Dan angka R Square sebanyak 0.206 yang berarti 20.6% variabel produk berpengaruh pada variabel minat beli. Angka t hitung sebanyak 6.585 > 1.97445 dan angka signifikan 0.000 < 0.05. Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya adanya pengaruh antar produk pada minat beli.
2. Angka (R) yaitu sebanyak 0.726. Dan angka R Square sebanyak 0.527 yang berarti 52.7% variabel harga berpengaruh pada variabel minat beli. Angka t hitung sebanyak 13.628 > 1.97445 dan angka signifikan 0.000 < 0.05. Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya adanya pengaruh antar harga pada minat beli.
3. Angka (R) yaitu sebanyak 0.719. Dan angka R Square sebanyak 0.517 yang berarti 51.7% variabel promosi berpengaruh pada variabel minat beli. Angka t hitung sebanyak 13.362 > 1.97445 dan angka signifikan 0.000 < 0.05, Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya adanya pengaruh antar promosi pada minat beli.

4. Angka (R) yaitu sebanyak 0.727. Dan angka R *Square* sebanyak 0.529 yang berarti 52.9% variabel *place* berpengaruh pada variabel minat beli. Angka t hitung sebanyak 13.687 > 1.97445 dan angka signifikan 0.000 < 0.05, Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya adanya pengaruh antar *place* pada minat beli.
5. Angka (R) yaitu sebanyak 0.853. Dan angka R *Square* sebanyak 0.721 yang berarti 72.1% variabel produk, harga, promosi, dan *place* berpengaruh pada variabel minat beli. Angka F hitung 109.675 > F tabel 2.43 dan angka signifikan 0.000 < 0.05. Berarti, Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya adanya pengaruh linear antar variabel *product*, *price*, *promotion*, dan *place* dengan minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprian, B. A., & Hidayat, A. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo Pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama. *ECo-Buss*, 1, 12.
- Bestari, N. P. (2021). *Siapa Jawara e-Commerce Indonesia?* CNBC Indonesia.
- Dinata, V. V., Fung, T. S., & Sutisna, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 55. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.187>
- Febriani, N. S., & Asmara, W. W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed.). UB Press.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Mangiring, H., Simarmata, P., Permadi, L. A., Novela, V., & Menulis, Y. K. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Inggriani, A., & Janamarta, S. (2019). Pengaruh “Brand Name”, “Perceived Quality”, Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak jenis Super, Studi Kausalitas pada Pengguna Motor Produksi Masal di Shell BSD 1 Jalan Pahlawan Seribu. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 26. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.188>
- Jayani, D. H. (2021). *Tokopedia Masih Jadi E-Commerce Paling Banyak Dikunjungi pada Kuartal III 2021*. Databoks.
- Kusnawan, A. (2018). Analisis Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Ekuitas Merk Universitas Buddhi Dharma Di Kalangan Mahasiswa (Survei pada mahasiswa program Studi Manajemen). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.52>
- Lestari, N. F. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Lidwina, A. (2021). *Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Limakrisna, N. (2019). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam bisnis di Indonesia*. Mitrra Wacana Media.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen pemasaran*.
- Sinambela, L., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik* (Monalisa (ed.); 1st ed.). PT RajaGrafindo Persada, Depok.
- Uli. (2021). *Konsumen Belanja Online RI Melonjak 88 Persen pada 2021*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>
- Wibowo, F. P. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan PT Gojek Indonesia (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online - Gojek Di Tangerang). *EFEKTIF Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 9(1), 27–38.
- Winata, S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskuit Khong Guan (Studi kasus mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Prodi Manajemen). *ECo-Buss*, 3(1996), 6.
- Yuliyzar, I. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Edu Pustaka.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)

Anestasya Desilie^{1)*}, Suhendra²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾anestasyalie@gmail.com

²⁾suhendra.suhendra@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Pertumbuhan penjualan
Profitabilitas
Ukuran perusahaan
Penghindaran pajak

Abstrak

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh dari pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Pada penelitian ini digunakan proksi BTD untuk mengukur penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tercatat pada BEI dalam kurun waktu 2016-2020.

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari *website* BEI yang merupakan laporan keuangan tahunan perusahaan. Populasi pada penelitian berjumlah 18 entitas. Sampel penelitian yang digunakan merupakan hasil dari pemilihan sampel melalui metode *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria, yang memenuhi syarat sejumlah 10 entitas. Penelitian ini menggunakan program SPSS versi 26 guna melakukan uji analisis regresi berganda.

Bersumber pada hasil pengujian disimpulkan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas tidak memiliki suatu pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak, sedangkan ukuran berpengaruh negatif signifikan pada penghindaran pajak.

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mendukung pertumbuhan pajak yang ada dinegaranya. Hal tersebut merupakan hal yang sewajarnya dilakukan oleh negara karena Indonesia cukup bergantung kepada perpajakan sebagai salah satu sumber pendapatan yang didapat oleh negara. Berdasarkan data yang tercatat pada tahun 2019, Indonesia berhasil menerima pendapatan dari pajak sebesar Rp 1.546.141,90 miliar yang jika dibandingkan dengan sumber penerimaan yang diterima oleh Indonesia lainnya, pajak menguasai sebesar 78,8% dalam total pendapatan yang telah diperoleh oleh negara. Angka yang cukup besar yang diperoleh dari pajak tersebutlah yang membuat pemerintah terus mendorong pertumbuhan perpajakan yang ada di Indonesia untuk mensejahterakan rakyatnya (Badan Pusat Statistik, 2019).

Pemerintah Indonesia dalam hal ini juga turut mewaspadai berbagai upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk menghindari pajak karena hal tersebut dapat menyebabkan tidak optimalnya penerimaan pajak negara. Dengan berkurangnya pendapatan negara maka hal tersebut dapat mungkin menimbulkan suatu pengaruh, misalnya kesejahteraan masyarakat yang dapat berpotensi untuk mengalami penurunan (Sari et al., 2020).

Kasus penghindaran pajak kerap terjadi di Indonesia, misalnya pada tahun 2019 yang dimana PT Adaro Energy Tbk diduga telah melakukan berbagai upaya untuk menghindari beban pajak sebesar Rp 1,75 triliun. Salah satu upaya yang dilakukan PT Adaro adalah memanfaatkan negara yang termasuk pada *tax haven* dengan memasukkan laba bernilai besar pada salah satu *subsidiary company* yang berada di Singapura demi untuk mengurangi beban pajaknya di Indonesia. Sedangkan, diperkirakan lebih dari 70% penjualan batu bara tersebut yang menghasilkan keuntungan yang besar merupakan hasil produksi yang dilakukan anak perusahaan PT Adaro yang berada di Indonesia. Seharusnya dari penjualan tersebut dapat dikenakan tarif pajak sebesar 50% di Indonesia, namun PT Adaro hanya membayar pajaknya yang berada di Singapura dengan tarif 10% (Sugianto, 2019).

Lalu, pada tahun yang sama PT Bentoel Internasional Investama Tbk dilaporkan melakukan praktik penghindaran pajak yang merugikan negara Indonesia senilai \$14 juta/tahun melalui transaksi pinjaman untuk memperbesar nilai beban dari bunga hutang yang dimiliki perusahaan PT Bentoel Internasional Investama Tbk dengan maksud dapat mengurangi pajak penghasilan di Indonesia (Prima, 2019).

Berdasarkan kasus aksi penghindaran pajak yang telah terjadi dan dilakukan oleh wajib pajak di Indonesia, diperkirakan dapat menyebabkan Indonesia merugi hingga Rp 69,1 triliun setiap tahunnya. Kerugian tersebut merupakan akibat dari tidak dapat diterimanya pendapatan pajak yang seharusnya dapat diterima oleh pemerintahan Indonesia (Wildan, 2020).

Penghindaran pajak dilakukan oleh perusahaan karena berbagai hal, diduga faktor yang dapat menyebabkan penghindaran pajak terdiri dari, yang pertama yaitu pertumbuhan penjualan, yang dimana prospek dari keuntungan yang akan diterima oleh perusahaan ialah berdasarkan banyaknya penjualan pada perusahaan. Tingkat pertumbuhan penjualan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya untuk mendapatkan keuntungan. Faktor kedua yang terduga adalah profitabilitas, yang merupakan penggambaran atas kondisi perusahaan dalam menghasilkan laba setiap periodenya. Terakhir, ukuran perusahaan yaitu pengukuran yang menerangkan ukuran suatu perusahaan dengan melakukan suatu perhitungan tertentu yang menghasilkan suatu nilai yang memberikan ukuran baik kecil maupun besar pada suatu perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku Terencana

Teori yang menggambarkan perilaku seseorang saat melakukan suatu tindakan merupakan teori perilaku terencana. Pada umumnya saat seseorang akan melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh hal-hal yang dapat terjadi atas konsekuensi dari tindakan yang dilakukan tersebut (Ajzen dalam Putra dan Hanandia, 2019).

Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan di definisikan oleh (Putri et al., 2021) sebagai keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam hal memperoleh keuntungan melalui kenaikan penjualan setiap tahunnya. Pertumbuhan penjualan juga dapat merefleksikan apakah perusahaan berhasil memperoleh keuntungan melalui investasi pada tahun yang telah berlalu yang diharapkan dapat menjadi gambaran tentang pertumbuhan dimasa depan.

Profitabilitas

Profitabilitas dalam firma memiliki peran sebagai alat untuk memberikan gambaran sebagai dasar penilaian kondisi perusahaan, yang dimana menggambarkan apakah suatu perusahaan mengalami kerugian atau keuntungan. Sehingga, untuk mengetahui kondisi yang sedang dialami perusahaan, dapat dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas, yang dapat mengukur kinerja manajemen menghasilkan suatu hasil bagi perusahaan. Tinggi rendahnya rasio profitabilitas dalam perusahaan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan kedepannya (Hery, 2017:7).

Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan ialah alat ukur yang memecah perusahaan menjadi suatu klasifikasi yang menggolongkan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan suatu nilai. Pengklasifikasian perusahaan tersebut dinilai dari nilai keuntungan yang diperoleh perusahaan. Perusahaan yang mengalami keuntungan tiap tahunnya tentu merupakan penggambaran bahwa perusahaan berhasil melakukan strategi secara baik dan optimal (Mahdiana dan Amin, 2020).

Penghindaran pajak

Menurut (Pohan, 2018:11), penghindaran pajak merupakan upaya perusahaan dalam melakukan meminimalisir pada pengeluaran pajak dengan cara memanfaatkan transaksi yang tidak termasuk pada objek pajak sehingga beban pajak yang dibebankan pada perusahaan dapat menurun.

III. METODE

Jenis metode pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki ciri-ciri berupa permasalahan pada penelitiannya ialah untuk menjawab pertanyaan mengenai pengaruh sangkutan antara dua variabel atau lebih, maupun perbedaan antarvariabel (Jaya, 2020:13).

Populasi

Populasi merupakan sekumpulan kelompok yang terdiri dari orang, fenomena maupun hal-hal yang menjadi perhatian bagi seorang peneliti untuk diteliti lebih lanjut (Sekaran dan Bougie, 2016:236). Populasi penelitian ini berupa perusahaan manufaktur yang secara khusus bergerak dibidang makanan dan minuman yang *listing* di BEI periode 2016-2020.

Sampel

Sampel merupakan anggota yang berperan mewakili seluruh anggota dari suatu populasi. Terdapat 10 sampel perusahaan pada penelitian ini dan pemilihan sampel berlandaskan pada *purposive sampling method* yang dimana pemilihan anggota sampel ditentukan berdasarkan suatu kualifikasi yang telah disusun oleh penulis. Pada penelitian ini memiliki beberapa kriteria, yaitu:

No	Kriteria	Data
1	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang <i>listing</i> di BEI pada rentang waktu 2016-2020	18
2	Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang melakukan <i>delisting</i> dan pindah sektor pada rentang waktu 2016-2020	(2)
3	Perusahaan yang menderita kerugian	(4)
4	Perusahaan memiliki kelengkapan informasi dan memiliki data yang dibutuhkan pada penelitian ini yang memiliki rentang waktu antara 2016-2020	0
Jumlah sampel		12
Jumlah data outlier		(2)
Jumlah data pengamatan selama periode penelitian (10 × 5 tahun)		50

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui *website* milik BEI yaitu laporan keuangan pada 2016-2020 dari perusahaan manufaktur yang berfokus pada bidang makanan dan minuman. Adapun pendukung data penelitian yang berasal dari referensi buku maupun jurnal yang mengangkat topik sejenis dengan penelitian ini.

Pengukuran

Pada penelitian ini menggunakan beberapa proksi yang dijabarkan sebagai berikut:

Variabel	Rumus
Pertumbuhan penjualan	$\frac{\text{Penjualan}_n - \text{Penjualan}_{n-1}}{\text{Penjualan}_{n-1}}$
Profitabilitas	$\frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}}$
Ukuran perusahaan	$\ln(\text{Total Asset})$
Penghindaran pajak	$\frac{\left(\text{Laba sebelum pajak} - \frac{\text{Beban pajak kini}}{\text{Tarif pajak}} \right)}{\text{Total aktiva}}$

IV. HASIL

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.118	.0168551

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil output uji koefisien determinasi dapat diberi kesimpulan sebesar 11,8% yang merupakan nilai *adjusted R²* mengandung arti bahwa penghindaran pajak dipengaruhi sebesar 11,8% dari ketiga variabel bebas pada penelitian ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

a) Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.151	.058		2.612	.012
X1_PP	-.028	.019	-.197	-1.456	.152
X2_PR	-.016	.039	-.057	-.417	.678
X3_UP	-.005	.002	-.345	-2.539	.015

a. Dependent Variable: Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil uji T disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap penghindaran pajak
 Pertumbuhan penjualan mempunyai nilai signifikansi 0,152 dan nilai t hitung 1,456 yang mengandung makna bahwa pertumbuhan penjualan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada penghindaran pajak
2. Pengaruh profitabilitas terhadap penghindaran pajak
 Profitabilitas mempunyai nilai signifikansi 0,678 dan nilai t hitung 0,417 yang berarti profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan kepada penghindaran pajak
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak
 Ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikansi 0,015 dan nilai t hitung 2,539 menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak

b) Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.003	3	.001	3.187	.032 ^b
Residual	.013	46	.000		
Total	.016	49			

a. Dependent Variable: Penghindaran Pajak

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas

Berdasarkan pengujian uji F disimpulkan bahwa pada penelitian ini layak untuk digunakan karena berdasarkan hasil output bernilai signifikansi $0,032 < 0,05$.

V. KESIMPULAN

Pada penelitian ini digunakan data sekunder yang tersedia di *website* BEI berupa laporan keuangan tahun 2016-2020 dari perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman dengan total sampel sejumlah 10 perusahaan.

Bersumber pada hasil dari pengujian disimpulkan penghindaran pajak tidak dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan. Sehingga membuktikan bahwa kenaikan pertumbuhan penjualan berarti perusahaan tersebut bersedia untuk melakukan kewajiban perpajakannya karena penghindaran pajak justru dapat memberikan kerugian bagi pihak perusahaan.

Kedua, profitabilitas tidak berpengaruh dengan penghindaran pajak dan bermakna apabila suatu firma mengalami penambahan maupun penurunan pada perolehan laba tidak akan memberikan dampak bagi perusahaan dalam melakukan penghindaran pajak karena perusahaan sudah sewajibnya melaksanakan kewajibannya dan pemerintah pun senantiasa menutup akses yang menyebabkan pada tindakan penghindaran pajak.

Terakhir, penghindaran pajak memiliki pengaruh dengan ukuran perusahaan. Artinya perusahaan besar cenderung untuk mengambil keputusan untuk melaksanakan kegiatan penghindaran pajak dikarenakan perusahaan yang besar memiliki pengenaan beban pajak yang besar pula dari perolehan nilai laba yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2019). Realisasi Pendapatan Negara. *bps.go.id*. Diambil Maret 20, 2022, dari <https://www.bps.go.id/indicator/13/1070/2/realisasi-pendapatan-negara.html>
- Hery. (2017). *Riset Akuntansi*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia. Anak Hebat Indonesia. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=yz8KEAAAQBAJ>
- Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1).
- Pohan, C. A. (2018). *Manajemen Perpajakan: Strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis* (Revisi.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Prima, B. (2019). Tax Justice laporkan Bentoel lakukan penghindaran pajak, Indonesia rugi US\$ 14 juta. *kontan.co.id*. Diambil Maret 26, 2022, dari <https://nasional.kontan.co.id/news/tax-justice-laporkan-bentoel-lakukan-penghindaran-pajak-indonesia-rugi-rp-14-juta>
- Putra, R. J., & Hanandia, D. F. (2019). Pengaruh High Tax Countries dan Advance Pricing Agreement Terhadap Tax Avoidance Yang Dimoderasi Oleh Moralitas Otoritas Fiskal dan Wajib Pajak, 4(2), 01–10.
- Putri, Z., Kusufiyah, Y. V., Anggraini, D., Ekonomi, F., Universitas, B., & Andalas, D. (2021). Dampak Debt To Equity Ratio, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan pada Penghindaran Pajak. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(2), 407–421. Diambil

April 1, 2022, dari <http://jurnal.unidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/292>

Sari, N., Luthan, E., & Syafriyeni, N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2018. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2).

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley. Diambil dari <https://books.google.co.id/books?id=Ko6bCgAAQBAJ>

Sugianto, D. (2019). Perusahaan Boy Thohir Diduga Hindari Pajak Rp 1,75 T. *detikFinance*. Diambil Maret 15, 2022, dari https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-4611192/perusahaan-boy-thohir-diduga-hindari-pajak-rp-175-t?_ga=2.234005214.1587268995.1647334990-1962509713.1646647533

Wildan, M. (2020). Indonesia Diperkirakan Rugi Rp69 Triliun Akibat Penghindaran Pajak. *DDTC News*. Diambil Maret 28, 2022, dari https://news.ddtc.co.id/indonesia-diperkirakan-rugi-rp69-triliun-akibat-penghindaran-pajak-25729?page_y=554

Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi, Beban Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Orienta Jaya Abadi

Mario Oktavianus Marbun^{1)*}, Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾mariomarbun13@gmail.com

²⁾kusnawanagus71@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Kepemimpinan
Kompensasi
Beban Kerja
Lingkungan Kerja
Kepuasan Kerja

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi, Beban Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Orienta Jaya Abadi. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah . Analisis yang penulis gunakan di dalam skripsi ini adalah metode kuantitatif, penulis melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, regresi linear sederhana, berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel independen yakni variabel Kepemimpinan (X1), Kompensasi (X2), Beban Kerja (X3), dan Lingkungan Kerja (X4) yang berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja (Y) pada PT. Orienta Jaya Abadi. Kepemimpinan (X1) memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, Kompensasi (X2) memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, Beban Kerja (X3) memiliki pengaruh dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, Lingkungan Kerja (X4) memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan hal yang paling penting terhadap suatu perusahaan dan merupakan salah satu penggerak di dalam perusahaan, bahkan berkembangnya suatu perusahaan ditentukan

oleh sumber daya manusianya, perusahaan harus memperhatikan semua karyawan untuk tercapainya kepuasan kerja karyawan. Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatannya harus selalu membutuhkan karyawan sebagai salah satu faktor penggerak di dalam perusahaan. Apabila perusahaan mengalami banyak kesulitan dikarenakan tidak memiliki karyawan yang baik. Untuk itu, kepuasan kerja karyawan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan di dalam perusahaan. Maka dengan adanya kepuasan kerja diharapkan setiap karyawan dapat bekerja secara optimal.

Setiap karyawan yang tingkat kepuasan kerjanya tinggi mempunyai sikap konkret terhadap pekerjaannya, sebaliknya setiap karyawan yang tidak puas dengan pekerjaannya mempunyai sikap bertentangan terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor seperti kepemimpinan, kompensasi, beban kerja yang ditanggung karyawan, kondisi lingkungan kerja yang nyaman, kepuasan kerja karyawan tidak terlepas dari apa yang diterima oleh karyawan itu sendiri.

Kepemimpinan adalah orang yang memotivasi karyawannya untuk mencapai tujuan bersama. Dalam pengaturan perusahaan, kepemimpinan harus mengarahkan karyawan dengan strategi untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Kepemimpinan yang berhasil berdasarkan pada gagasan yang disampaikan secara efektif kepada karyawan dengan melibatkan karyawan untuk bertindak sesuai keinginan pemimpin. Sifat kepemimpinan menginspirasi karyawan untuk bertindak sekaligus mengarahkan tugas karyawan. Kepemimpinan harus membangkitkan rasa percaya diri karyawan. Agar karyawan bisa mengikuti perintahnya. Pemimpin harus bisa memiliki banyak keterampilan berpikir kritis untuk mengetahui cara terbaik menggunakan sumber daya manusia yang ada di perusahaan.

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima baik berupa fisik maupun nonfisik. Bisa juga berarti seluruh imbalan yang diterima oleh seorang karyawan atas jasa atau hasil dari pekerjaannya dalam sebuah perusahaan. Kompensasi yang diterima bisa berupa uang secara langsung maupun tidak langsung, jaminan hari tua, tunjangan, insentif, dan fasilitas. Kompensasi biasanya diberikan oleh atasan kepada karyawan sebagai tanda bahwa karyawan tersebut telah bekerja dengan baik. Kompensasi sangatlah penting dalam perusahaan, maka dari itu kompensasi harus sangat diperhatikan oleh perusahaan. Karena jika terdapat masalah pada kompensasi perusahaan yang tidak berjalan dengan baik, perusahaan tidak akan berkembang dan akan terhambat begitu juga tidak akan ada terjadinya kepuasan kerja terhadap karyawan.

Beban kerja adalah kegiatan yang harus diselesaikan oleh seorang pekerja dalam jangka waktu tertentu. Apabila seorang pekerja mampu menyelesaikan dan menyesuaikan diri terhadap sejumlah tugas yang diberikan, maka tidak menjadi suatu beban kerja. Namun, jika pekerja tidak berhasil menyelesaikan tugas tersebut akan menjadi suatu beban kerja. Bila tugas yang diberikan perusahaan sangat banyak melebihi tugas yang diberikan biasanya. Karyawan akan merasa stres akibat beban kerja yang diberikan hal ini sangat mempengaruhi kepuasan kerja karyawan. Maka dari itu peran sumber daya manusia dalam perusahaan sangat penting bagi keberlangsungan aktivitas kerja karyawan.

Lingkungan kerja adalah kegiatan fisik, sosial, dan psikologi dalam perusahaan yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan dan perkembangan perusahaan. Lingkungan kerja memiliki dampak positif untuk karyawan dalam suatu perusahaan. Lingkungan kerja yang baik sangat membantu karyawan dalam menjalankan tugasnya dalam pekerjaan tersebut. Misalnya jika lingkungan kerja tidak bersih, dan tidak adanya rasa aman bagi karyawan maka akan membuat karyawan merasa tidak nyaman, dan terlindungi dalam melakukan pekerjaannya di perusahaan. hal ini juga akan berdampak negatif untuk kepuasan kerja karyawan. Dengan demikian perusahaan perlu memperhatikan lingkungan kerja karyawan untuk memberikan kepuasan kerja karyawan.

Pengaruh kepemimpinan, kompensasi, beban kerja dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan memiliki peran penting untuk keberlangsungan sumber daya manusia di perusahaan dan memiliki peran penting untuk melaksanakan kegiatan perusahaan dalam mencapai visi dan misi perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kepemimpinan

Menurut Bertocchi dalam (Nyoto, 2019,18) buku yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia menyatakan bahwa :

“Pemimpin adalah agen perubahan, orang yang tindakannya mempengaruhi orang lain lebih daripada tindakan orang lain memengaruhi mereka. Kepemimpinan terjadi ketika satu anggota kelompok mesti mulus motivasi atau kompetensi orang lain dalam kelompok”.

Menurut Kartono dalam (Ganyang, 2018,19) buku yang berjudul Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia Konsep dan Realita menyatakan bahwa :

“Kepemimpinan yaitu bentuk dominasi yang didasari atas kemampuan pribadi yang sanggup mendorong atau mengajak orang lain untuk berbuat sesuatu yang berdasarkan penerimaan oleh kelompoknya dan memiliki keahlian khusus yang tepat bagi situasi yang khusus”.

Kompensasi

Menurut (Gregorius Widiyanto, 2022) menyatakan bahwa :

“Kompensasi ialah segala pendapatan yang dapat berbentuk uang, barang langsung ataupun tidak langsung, yang diterima oleh karyawan sebagai tanda imbalan atas jasa yang diberikan seorang karyawan kepada sebuah perusahaan”.

Menurut (Pujiarti, 2019) menyatakan yaitu :

“Kompensasi adalah remunerasi finansial yang diberikan oleh organisasi kepada karyawannya sebagai imbalan atas pekerjaan mereka. Para pegawai yang telah mendedikasikan dirinya pada pekerjaan dalam organisasi mendapatkan balas jasa berupa kompensasi yang diberikan secara finansial maupun non finansial”.

Beban Kerja

Menurut (FX. Pudjo Wibowo, 2018) menyatakan bahwa :

“Beban kerja adalah beban kerja tidak hanya menyangkut pekerjaan yang dianggap berat, tetapi juga pekerjaan ringan. beban kerja dirasakan oleh seorang karyawan dapat menjadi sumber stres”.

Menurut Menpan dalam (Malino, 2020) menyatakan bahwa :

“Beban kerja adalah seperangkat atau sejumlah kegiatan yang harus dilakukan diisi oleh unit atau pemegang organisasi posisi dalam jangka waktu tertentu”.

Lingkungan Kerja

Menurut (Andy, 2019) menyatakan bahwa :

“Lingkungan kerja yang kondusif akan mendorong efektivitas perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, serta akan menimbulkan semangat dan gairah kerja karyawan”.

Menurut (Sugandha, 2019) menyatakan bahwa :

“Lingkungan kerja adalah segala yang ada disekitar para pekerja yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas yang dibebankan”.

Kepuasan Kerja

Menurut Gibson (Tegor et al., 2020) buku yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia menyatakan bahwa :

“Kepuasan kerja adalah sikap seseorang terhadap pekerjaannya. Sikap tersebut berasal dan persepsi mereka mengenai pekerjaannya dan hal itu tergantung pada tingkat *outcomes* intrinsik maupun ekstrinsik dan bagaimana pekerja memandang *outcome* tersebut. Kepuasan kerja akan mencerminkan perasaan mereka terhadap pekerjaannya.”

Menurut Gibson (Sudaryo et al., 2018) buku yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia Kompensasi Tidak Langsung dan Lingkungan Kerja Fisik menyatakan bahwa :

“Kepuasan kerja adalah sikap yang dimiliki para pekerja tentang pekerjaan mereka. Hal itu merupakan hasil dari persepsi mereka tentang pekerjaan”.

III. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif karena metode kuantitatif sangat cocok digunakan untuk penelitian yang masalahnya sudah jelas, dan umumnya dilakukan pada populasi yang luas. Menurut (Sugiyono, 2017,23) buku yang berjudul Metode Penelitian Bisnis, Menyatakan bahwa: “Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian”.

Jenis Data

Peneliti menggunakan jenis data primer yang didapat secara langsung dengan memberikan kuesioner kepada karyawan yang bekerja di PT. Orienta Jaya Abadi.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data primer dengan menggunakan teknik observasi (pengamatan) dan angket (kuesioner).

Populasi

Menurut (Kusnawan et al., 2019) menyatakan bahwa: “Populasi adalah seluruh anggota pada sebuah kelompok orang, kejadian atau hal dan minat yang atau diteliti oleh peneliti, dan jumlah”. Populasi dalam penelitian ini adalah 2000 karyawan yang bekerja di PT. Orienta Jaya Abadi.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 karyawan yang bekerja di PT. Orienta Jaya Abadi.

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial, regresi berganda, uji T, uji F.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

a. Uji Regresi Linear Sederhana (parsial)

1. Kepemimpinan (X1)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	28,855	3,782		7,629	,000
	Kepemimpinan (X1)	,345	,086	,377	4,029	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						

Sumber: Spss 25

Persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 28.855 + 0.345X1$$

- a. Nilai *Constant* sebesar 28.855.
- b. Nilai *Coefficient* (X1) berpengaruh positif terhadap (Y).
- c. Nilai sig. (X1) sebesar 0.00, berpengaruh signifikan terhadap (Y).

2. Kompensasi (X2)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	21,313	3,846		5,542	,000
	Kompensasi (X2)	,523	,088	,514	4,928	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						

Sumber: Spss 25

Persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 21.313 + 0.523X_2$$

- Nilai *Constant* sebesar 21.313.
- Nilai *Coefficient* (X_2) berpengaruh positif terhadap (Y).
- Nilai sig. (X_2) sebesar 0.00, berpengaruh signifikan terhadap (Y).

3. Beban Kerja (X_3)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	24,212	4,240		5,711	,000
	Beban Kerja (X_3)	,477	,102	,428	4,689	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						

Sumber: Spss 25

Persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 24.212 + 0.477X_3$$

- Nilai *Constant* sebesar 24.212.
- Nilai *Coefficient* (X_3) berpengaruh positif terhadap (Y).
- Nilai sig. variabel (X_3) sebesar 0.00, berpengaruh signifikan terhadap (Y).

4. Lingkungan Kerja (X_4)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	26,813	3,879		6,912	,000
	Lingkungan Kerja (X_4)	,397	,089	,410	4,456	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						

Sumber: Spss 25

Persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 26.813 + 0.397X_4$$

- Nilai *Constant* sebesar 26.813.
- Nilai *Coefficient* (X_4) berpengaruh positif terhadap (Y).
- Nilai sig. (X_4) sebesar 0.00, berpengaruh signifikan terhadap (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	,406	,381	3,15383
a. Predictors: (Constant), kepemimpinan(X1), kompensasi(X2), beban kerja(X3), lingkungan kerja(X4)				

Sumber: Spss 25

Nilai Koefisien Determinasi sebesar 40,6% sehingga (X₁),(X₂),(X₃),(X₄) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 40,6% terhadap (Y)

2. Tabel Uji Hipotesis

• Uji T

1. Kepemimpinan (X1)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	28,855	3,782		7,629	,000
	Kepemimpinan (X1)	,345	,086	,377	4,029	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						

Sumber: Spss 25

Nilai t_{hitung} (X1) sebesar 4.029 > 1.98498 nilai signifikan sebesar 0,00 < 0.05 sehingga (X1) berimbas signifikan terhadap (Y).

2. Kompensasi (X2)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	21,313	3,846		5,542	,000

Kompensasi (X2)	,523	,088	,514	4,928	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)					

Sumber: Spss 25

Nilai t_{hitung} (X2) sebesar 5,928 > 1.98498 nilai signifikan sebesar 0,00 < 0,05 sehingga (X2) berimbaskan signifikan terhadap (Y).

3. Beban Kerja (X3)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	24,212	4,240		5,711	,000
	Beban Kerja (X3)	,477	,102	,428	4,689	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						

Sumber: Spss 25

Nilai t_{hitung} (X3) sebesar 4,689 > 1.98498 nilai signifikan sebesar 0,00 < 0,05, sehingga (X3) berimbaskan signifikan terhadap (Y).

4. Lingkungan Kerja (X4)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	26,813	3,879		6,912	,000
	Lingkungan Kerja (X4)	,397	,089	,410	4,456	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						

Sumber: Spss 25

Nilai t_{hitung} (X4) sebesar 4,456 > 1.98498 nilai signifikan sebesar 0,00 < 0,05, sehingga (X4) berimbaskan signifikan terhadap (Y).

- Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	419,697	1	419,697	35,146	,000 ^b
	Residual	1170,263	98	11,941		
	Total	1589,960	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kepemimpinan, Kompensasi, Beban Kerja, Lingkungan Kerja						

Sumber: Spss 25

Nilai F_{hitung} sebesar $35.146 > 2.467$, nilai signifikan sebesar $0.00 < 0.05$, sehingga (X1),(X2),(X3),(X4) berimbas signifikan terhadap (Y).

V. KESIMPULAN

Berlandaskan perolehan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada karyawan PT. Orienta Jaya Abadi “Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi, Beban Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Orienta Jaya Abadi” maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis, sebagian besar responden mengujarkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja PT. Orienta Jaya Abadi
2. perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis, sebagian besar responden mengujarkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja PT. Orienta Jaya Abadi
3. perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis, sebagian besar responden mengujarkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Beban Kerja terhadap Kepuasan Kerja PT. Orienta Jaya Abadi
4. perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis, sebagian besar responden mengujarkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja PT. Orienta Jaya Abadi

DAFTAR PUSTAKA

- Andy. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia. *ECo-Buss*, 2(2), 1–13.
- FX. Pudjo Wibowo. (2018). Effect Of Work Conflict, Work Load, And Work Environment On Employees Work Stress (Case Study At Pt Indoraya Internasional Di Yogyakarta). *ECo-Buss*, 1(1), 1–15. <http://www.fao.org/3/I8739EN/i8739en.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.01.003%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.childyouth.2011.10.007%0Ahttps://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23288604.2016.1224023%0Ahttp://pdx.sagepub.com/lookup/doi/10>
- Ganyang, M. T. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Realita* (I. MEDIA (ed.)).

- Gregorius Widiyanto. (2022). Pengaruh Pemberian Kompensasi , Lingkungan Kerja , dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Bagian Produksi Pada PT . Baru Baru Sepatu. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, 1*(2).
- Kusnawan, A., Parameswari, R., & Silaswara, D. (2019). Analisa Keberhasilan Program Pelatihan menggunakan Webinar di Masa Pandemi Covid-19 Diana. *ECo-Buss, 4*(2), 2–15.
- Malino, D. S. D. (2020). Pengaruh Beban Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Burnout Sebagai Intervening Pada Kantor Pos Indonesia Cabang Makassar. *Niagawan, 9*(2), 94. <https://doi.org/10.24114/niaga.v9i2.19034>
- Nyoto. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Asrizal (ed.)).
- Pujiarti. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pilar Guna Usahatama. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 1*(Vol 17 No 1 (2019): Primanomics : Jurnal Ekonomi dan Bisnis), 3. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/87/50>
- Sudaryo, Y., Aribowo, A., & Sofianti, N. A. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Kompensasi Tidak langsung dan Lingkungan Kerja Fisik* (T. Erang (ed.)).
- Sugandha. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di PT. KEONG NUSANTARA ABADI). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 17*(2), 38. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.173>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi* (Sutopo (ed.)).
- Tegor, Siswanto, D. J., & Siagian, M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (H. A. Susanto (ed.)).

Pengaruh Pelatihan, Kompetensi Dan *Work From Home* Terhadap Produktivitas Kerja Pada PT. Andesen Jaya Plastik

Santi Ratana^{1)*}, Pujiarti²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾santiratana3@gmail.com

²⁾pujiarti.pujiarti@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Pelatihan
Kompetensi
Work From Home
Produktivitas Kerja

Abstrak

Tujuan riset ini ialah dalam menelusuri seberapa besar pengaruh pelatihan, kompetensi, dan *Work From Home* kepada produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik. Riset ini memakai teknik penarikan sampel yaitu metode sensus sebanyak 110 karyawan PT. Andesen Jaya Plastik. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yaitu metode sensus sebanyak 110 karyawan PT. Andesen Jaya Plastik. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu hasil observasi, kuesioner, dan wawancara kepada karyawan PT. Andesen Jaya Plastik. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas dengan Cronbach Alpha, dan uji analisis regresi linier berganda, uji korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t, uji f untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan *software* SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan, kompetensi, dan *Work From Home* berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik. Nilai pelatihan, kompetensi, dan *Work From Home* memiliki nilai positif dan kuat, yaitu Berdasarkan uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 12,241 > t-tabel 1,659 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja, uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 13,570 > t-tabel 1,659 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja, uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 14,714 > t-tabel 1,659 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *Work From Home* berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja. uji F diketahui nilai F-hitung sebesar 102,725 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana angka 0,000 < 0,05 dan F hitung > F tabel atau 102,725 > 3,08, dengan demikian terdapat pengaruh antara pelatihan, kompetensi, dan *Work From Home* terhadap produktivitas kerja.

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan dituntut untuk mengelola dan mengoptimalkan sumber daya manusia dengan baik dan benar. Yang bertujuan agar perusahaan dapat memiliki karyawan yang berprestasi sehingga dapat memberikan pengaruh baik bagi lingkungan pekerjaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memberikan pelatihan pada seluruh karyawan. dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang terjadi dengan cepat, dan melalui program pelatihan diharapkan karyawan mampu meningkatkan produktivitas kerjanya. Selain pelatihan ada pula kompetensi yang harus

* Corresponding author

dimiliki orang setiap karyawan, kompetensi ialah suatu kemampuan atau kecakapan yang dimiliki oleh seseorang dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas di bidang tertentu, sesuai dengan jabatan yang disandangnya. Selain itu ada pula hambatan dalam suatu perusahaan, salah satunya terdapat virus covid-19 yang saat ini tersebar di beberapa wilayah di Indonesia, maka sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah untuk membatasi kegiatan, maka PT. Andesen Jaya Plastik memutuskan untuk melakukan kegiatan *Work From Home*.

Work From Home ialah aktivitas bekerja yang semula dilakukan di kantor dipindahkan ke rumah. Setiap karyawan tidak diperkenankan masuk kantor melainkan tetap bekerja dari rumah sesuai aturan dan ketentuan perusahaan saat ini. Walaupun bekerja dari rumah, karyawan harus tetap produktif dalam bekerja agar dapat mencapai tujuan perusahaan, Produktivitas ialah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang, sebuah sistem, ataupun sebuah pabrik/mesin, untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien.

Rumusan Masalah

1. Apakah pelatihan berpengaruh secara parsial terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik ?
2. Apakah kompetensi berpengaruh secara parsial terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik ?
3. Apakah *Work From Home* berpengaruh secara parsial terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik ?
4. Apakah pelatihan, kompetensi, dan *Work From Home* berpengaruh secara simultan terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik ?

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh pelatihan secara parsial terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kompetensi secara parsial terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Work From Home* secara parsial terhadap produktivitas kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelatihan, kompetensi, dan *Work From Home* secara simultan terhadap produktivitas kerja di PT. Andesen Jaya Plastik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut (Hasibuan 2017, 10) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar aktif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Pengertian Pelatihan

Menurut Riniwati (Suratman 2020, 791) Pelatihan adalah aktivitas atau kegiatan latihan untuk meningkatkan mutu, keahlian, kemampuan, dan keterampilan (dilakukan setelah dan selama menduduki jabatan atau pekerjaan tertentu).

Pengertian Kompetensi

Menurut (Donni Juni Priansa 2014, 6) Kompetensi adalah kapasitas yang dimiliki pegawai, yang mengarah pada perilaku yang sesuai dengan tuntutan pekerjaan serta sesuai dengan ketentuan organisasi, yang pada gilirannya akan membawa hasil seperti yang diinginkan.

Pengertian *Work From Home*

Menurut Utami (Djody Permana 2020, 6) WFH atau *Work From Home* merupakan suatu konsep kerja yang mana karyawan dapat melaksanakan pekerjaannya dari rumah sehingga dapat memberikan jam kerja yang fleksibel bagi karyawan dan juga lebih membantu karyawan untuk menyeimbangkan kehidupan kerjanya sekaligus menyelesaikan pekerjaannya sebagai karyawan perusahaan.

Pengertian Produktivitas Kerja

Menurut Sutrisno (Kenny dan Satrianto 2019, 4) Produktivitas Kerja adalah rasio dari hasil kerja dengan waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk dari seorang tenaga kerja.

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai yaitu memakai penelitian Kuantitatif. Dalam banyak fenomena yang terjadi di dalam perusahaan, khususnya Sumber Daya Manusia penulis akan mengidentifikasi variabel independen dan variabel dependen, selanjutnya melalui hasil perhitungan statistik akan diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Objek Penelitian

Objek yang dipakai dalam penelitian ini ialah PT. Andesen Jaya Plastik, penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, dan *Work From Home* Terhadap Produktivitas Kerja pada PT. Andesen Jaya Plastik.

Jenis Data

Pada penelitian ini memakai jenis data Primer, yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden serta melakukan wawancara Yulia (Bougie 2019, 29).

Sumber Data

Sumber data ini didapat melalui hasil kuisisioner dari Karyawan PT. Andesen Jaya Plastik yang telah disebarkan.

Populasi

Populasi dari penelitian ini yaitu Seluruh Karyawan PT. Andesen Jaya Plastik.

Sampel

Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan metode sensus yaitu seluruh karyawan PT. Andesen Jaya Plastik yang berjumlah 110 orang.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25. Dengan berbagai pengujian sehingga akan mendapatkan hasil dan kesimpulan untuk dapat memenuhi tujuan masalah.

Uji Normalitas

Menurut (Sujarweni 2015, 120) Uji Normalitas ialah untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal, sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametik. Uji normalitas ialah melakukan perbandingan antara data yang kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data yang kita miliki.

Uji Multikolinearitas

Untuk guna mengetahui apakah ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang kuat.

Uji Heteroskedastisitas

untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independent yang meliputi Pelatihan, Kompetensi dan *Work From Home* terhadap variabel dependen yaitu Produktivitas Kerja.

Koefisien Determinasi (R^2)

digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T pada umumnya memberi tahu sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

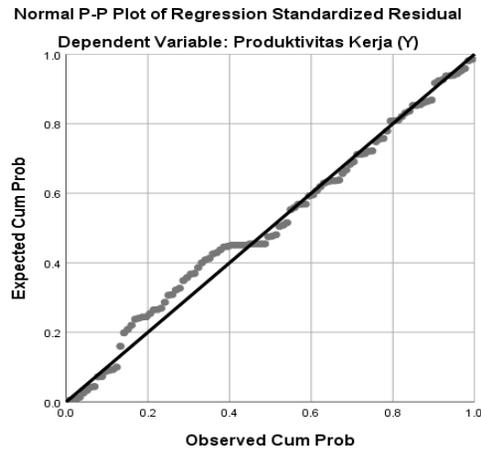
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dipakai agar dapat memberi tahu apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model, memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

IV. HASIL

Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas



Dari grafik histogram diatas dapat dilihat bahwa model regresi cenderung membentuk kurva normal yang cembung dan pada grafik normal probability plot didapatkan titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas karena data terdistribusi normal.

Hasil Uji Normalitas *One Sampel Kolmogrov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		110	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,90906902	
Most Extreme Differences	Absolute	,071	
	Positive	,038	
	Negative	-,071	
Test Statistic		,071	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,607 ^e	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,594
		Upper Bound	,619

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

Hasil ini mampu didukung dengan uji *kolmogorov-smirnov*, , maka ditemukan bahwa nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* yaitu sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari pada taraf nyata yang telah ditetapkan (α) yaitu 0,05. Hal ini maka data yang dipakai terdistribusi normal. data yang di dapatkan pantas dipakai dalam penelitian ini.

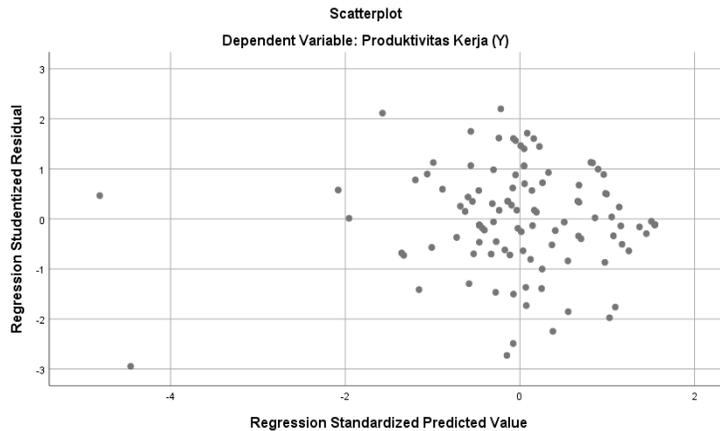
2) Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.478	2.420		.197	.844		
	Pelatihan (X1)	.194	.094	.184	2.074	.041	.306	3.263
	Kompetensi (X2)	.320	.098	.300	3.257	.002	.284	3.519
	Work From Home (X3)	.483	.089	.447	5.460	.000	.360	2.781

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)

Hasil ini dapat dilihat pada uji multikolinieritas tersebut, bahwa nilai *tolerance* dan *VIF* dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,1 dengan nilai *VIF* kurang dari 10 dapat dinyatakan bahwa data tersebut tidak terjadi masalah multikolonieritas.

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada grafik scatterplot dapat di lihat titik-titik yang menyebar secara acak dan tersebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Pengujian Hipotesis

1) Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.478	2.420		.197	.844
	Pelatihan (X1)	.194	.094	.184	2.074	.041
	Kompetensi (X2)	.320	.098	.300	3.257	.002
	Work From Home (X3)	.483	.089	.447	5.460	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)

$$Y = 0,478 + 0,194 \text{ PELATIHAN} + 0,320 \text{ KOMPETENSI} + 0,483 \text{ EFH} + \epsilon$$

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan hasil :

- a. Nilai koefisien untuk konstanta sebesar 0,478.
- b. Nilai koefisien variabel Pelatihan (b_1) bernilai positif, yaitu 0,194, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan Pelatihan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan Produktivitas kerja sebesar 0,194 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien variabel Kompetensi (b_2) bernilai Positif, yaitu 0,320, ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Kompetensi sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan Produktivitas kerja sebesar 0,320 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- d. Nilai koefisien variabel *Work from home* (b_3) bernilai Positif, yaitu 0,483, ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan *Work From Home* sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan Produktivitas kerja sebesar 0,483 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.744	.737	2.950
a. Predictors: (Constant), Work From Home (X3), Pelatihan (X1), Kompetensi (X2)				
b. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)				

Terlihat bahwa nilai *adjusted R²* adalah 0,737 atau 73,7 persen. Ini berarti varian variabel bebas Pelatihan, kompetensi dan *work from home* mempengaruhi variabel terikat produktivitas kerja sebesar 73,7 persen sedangkan sisanya 26,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

3) Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.478	2.420		.197	.844
	Pelatihan (X1)	.194	.094	.184	2.074	.041

	Kompetensi (X2)	.320	.098	.300	3.25 7	.002
	Work From Home (X3)	.483	.089	.447	5.46 0	.000
a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)						

Hasil pengujian :

- 1) Pelatihan terhadap Produktivitas kerja terlihat terdapat pada model 1 nilai sign 0.041. Nilai sign lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_1 memiliki t hitung $2,074 > t$ table 1,659. Dapat disimpulkan bahwa pelatihan memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja.
- 2) Kompetensi terhadap Produktivitas Kerja terlihat terdapat pada model 1 nilai sign 0.002. Nilai sign lebih kecil nilai probabilitas 0,05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_2 memiliki t hitung $3,275 > t$ table 1,659. Dapat disimpulkan bahwa Kompetensi memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja.
- 3) *Work from home* terhadap Produktivitas Kerja terlihat terdapat pada model 1 nilai sign 0.000. Nilai sign lebih kecil nilai probabilitas 0,05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_3 memiliki t hitung $5,460 > t$ table 1,659. Dapat disimpulkan bahwa *work from home* memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja.

4) Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2681.786	3	893.929	102.725	.000 ^b
	Residual	922.432	106	8.702		
	Total	3604.218	109			

a. Dependent Variable: Produktivitas Kerja (Y)

b. Predictors: (Constant), Work From Home (X3), Pelatihan (X1), Kompetensi (X2)

Terlihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($102.725 > 2.69$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pelatihan, kompetensi dan *work from home* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja.

V. KESIMPULAN

- a. Hasil uji secara parsial (uji-t) menyatakan bahwa dari seluruh variabel independen yaitu Pelatihan, Kompetensi dan Produktivitas kerja semua berpengaruh positif dan signifikan

terhadap *Work from home*.

- 1) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 12,241 > t-tabel 1,659 dan nilai signifikan sebesar 0,041 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja (Y).
 - 2) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 13,570 > t-tabel 1,659 dan nilai signifikan sebesar 0,002 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja (Y).
 - 3) Berdasarkan tabel *Coefficients* pada uji t diketahui nilai t-hitung sebesar 14,714 > t-tabel 1,659 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *Work From Home* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja (Y).
- b. Berdasarkan tabel Anova pada uji F diketahui nilai F-hitung sebesar 102,725 > F-tabel 3,08 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan (X1), kompetensi (X2), dan *Work From Home* (X3) berpengaruh secara simultan terhadap produktivitas kerja (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Djody Permana. (2020). pengertian wfh. *Academia.Edu*, 19, 1–8.
- Donni Juni Priansa. (2014). pengertian kompetensi. *Occupational Medicine*, 53(4), 130.
- Hasibuan. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia BAB II. *Sereal Untuk*, 51(1), 14.
- Kenny, K., & Satrianto, H. (2019). pengertian produktivitas. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 40. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.185>
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. yogyakarta: pustaka baru press.
- Suratman. (2020). pengertian pelatihan. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 599.
- Yulia, Y. (2019). *Bab iii. metoda penelitian*. 2007, 45–61.

Pengaruh Rekrutmen, Pengembangan Karyawan Dan Reward Terhadap Kualitas Kerja Karyawan Bagian Produksi PT. Golden Age

Stefanny^{1)*}, Gregorius Widiyanto²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾fannyang122@gmail.com

²⁾widilany11@yahoo.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci :

Rekrutmen 1
Pengembangan Karyawan 2
Reward 3
Kualitas Kerja Karyawan 4

Abstrak

Maksud penelitian ini adalah untuk ulasan akibat pengembangan karyawan, reward, dan rekrutmen terhadap spesifikasi pekerjaan yang dihasilkan oleh PT. Golden Age. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 22 sebagai pengolahan data dan sistem penyebaran kuesioner dalam pengumpulan data. Kerangka kuantitatif, seperti teknik pengumpulan data dan alat penelitian yang relevan dengan faktor-faktor yang akan diteliti, digunakan dalam penelitian dasar ini. Uji validitas, uji reliabilitas, dengan cronbach's alpha digunakan sebagai teknik data dalam penelitian ini. Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan uji analisis regresi linier berganda, uji r, uji t, dan uji f. Hasil regresi linier berganda dengan menggunakan persamaan $Y = 2,089 + 3,582 X_1 + 2,689$.

I. PENDAHULUAN

Jadi dibandingkan sumber lain, sumber daya manusia (Kurniawan 2022) menempati posisi yang sangat baik. Bertahan karena *human resources* kemampuannya mampu menciptakan visi, *get and* menggerakkan sumber daya lain *to realize the vision, and implement* metode manajemen perubahan ke dalam tindakan. Unsur satu-satunya dalam suatu *organization* nan dapat bertumbuh secara dinamis apabila dapat belajar dari dan berkembang dari lingkungan dan sekitarnya adalah unsur *human resources*. (Dr. Hasmin 2021) *Human resources* adalah orang-orang yang mampu bekerja secara efisien dalam lingkungan organisasi ini juga sering disebut sebagai personel, tenaga kerja, dan karyawan baru. Jika dilihat dari sisi lain, *organization's human resources (HR) is one of the factors that* dapat mencakup semua.

Perusahaan harus memintal resam peluasan yang sepikiran pakai sasaran *company so result* meraih target yang sangka *pre-set. Thing* ini *because* sirkulasi *company* menemukan hasrat setiap jiwa nan kedapatan *inside it, so that* tulang punggung sirkulasi perusahaan mampu berlomba pakai baik. Potensi setiap orang upahan harus terdapat oleh perusahaan agar mengerjakan rancangan peluasan, oleh karena itu orang upahan bisa diarahkan sepikiran pakai kemampuannya sehingga bisa mereka cipta kreativitas yang optimal.

Pemberian reward yang diberikan oleh PT Golden Age ini termasuk cukup kesetiaan namun kekuatan akan kehadiran surah tersimpul belum berkeras hati tambah kesetiaan. Kurangnya mutu peranan pegawai menawan sangkaan daya, sebelit ini sangkaan daya terhadap pegawai belum

mengijabkan *Producer Operational Standard* (SOP) nan bermukim mendalu pecah suara sangat kesetiaan. Begitupun tambah derma tepuk tangan dan diat tidak dilakukan secara berkepanjangan setiap tahunnya.

Production breakdown rate, peralatan, and decreased machinery, employee accident rates decreased, the rate of wastage of raw materials, labor, and time also decreased, the level of kerja sama pegawai semakin baik, nan terjadi juga peningkatan karyawan.gaji,yang semuanya merupakan indikator peningkatan kualitas karyawan yang bersangkutan. Hal ini menjadi tolak ukur baik pembangunan yang telah dicapai.

Dalam melakukan proses rekrutmen dalam bagian produksi ini tidaklah susah dalam memilih karena pengalaman yang di dapatkan sudah sangat mendukungnya. Untuk dapat melakukan proses pelamaran yang baik dengan memiliki mindset yang amat sangat baik, serius dalam bekerja, dapat melakukan adaptasi didalam lingkungan pekerjaan dan dapat beradaptasi dengan karyawan-karyawan didalam lingkungan perusahaan tersebut. Dan dapat bekerja dengan sifat pekerjaan yang sudah diberikan dan sudah di sampaikan oleh HRD kepada karyawanya.

Rumusan Masalah

Konflik yang dikaji dalam peneliti itu peroleh pemaduan berdasarkan latar belakang masalah-masalah tersebut di atas :

1. Apakah ada pengaruh rekrutmen terhadap kualitas kerja karyawan PT Golden Age?
2. Apakah ada pengaruh pengembangan karyawan terhadap kualitas kerja karyawan PT Golden Age?
3. Apakah ada pengaruh reward terhadap kualitas kerja karyawan PT Golden Age?
4. Apakah Pengaruh rekrutmen , pengembangan karyawan, dan reward berpengaruh secara bersama-sama terhadap kualitas kerja karyawan PT Golden Age?

Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini sesuai dengan sifat masalah yang telah dibahas dalam tren masalah di atas:

- a) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh proses rekrutmen pada karyawan agar dapat bekerja dengan nyaman pada PT Golden Age.
- b) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh proses pengembangan karyawan untuk dapat memahami sifat pekerjaannya pada PT Golden Age.
- c) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh proses dalam pemberian (reward) secara rata kepada semua karyawan pada PT Golden Age.
- d) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh proses dalam meningkatkan kualitas kerja karyawan pada PT Golden Age.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia :

“*Human Resource Management* (arif yusuf hamali , 2018) is a proses berkelanjutan nan di rancang untuk menyediakan organisasi dan kelompok atau organisasi dengan personel yang sesuai dengan mereka untuk dapat ditempatkan pada suatu porsi atau tempat yang sesuai dengan organisasi yang sedang membutuhkannya.”

Pengertian Rekrutmen

Recruitment (Sinambela 2021) is a choice made in human resource management planning about the number of employees needed in an organization. Recruitment is essentially an attempt to fill vacant positions or jobs within an organization or company, for that there are two sources of manpower, namely from outside (external) the organization or from within (internal) the organization.

Pengertian Pengembangan Karyawan

According to (Wahyuni 2018) Pengembangan pegawai adalah mengembangkan kemampuan dan keahlian pegawai baik *now and in the future so that they can* melakukan *job* dengan benar saat ini dan di masa yang akan datang.

Pengertian Reward

Dikutip dari (Saputra 2019) Penghargaan ekstrinsik dan penghargaan intrinsik masih merupakan 2 jenis penghargaan. Imbalan yang datang dari luar konsumen dianggap sebagai imbalan ekstrinsik. Hadiah yang datang dari luar penerima dikenal sebagai hadiah ekstrinsik. Manfaat finansial, seperti pendapatan, beasiswa, bonus, dan insentif, dan penghargaan non-finansial, seperti pujian dari rekan kerja dan promosi, merupakan imbalan ekstrinsik. Penyelesaian, Prestasi, dan Otonomi membuat penghargaan yang diatur sendiri disebut sebagai Penghargaan Intrinsik (Intrinsic Reward).

Pengertian Kualitas Kerja Karyawan

(flippo 2018) Kualitas Pekerjaan adalah produk yang mengukur kemandirian dan efisiensi tugas yang diselesaikan oleh sumber daya manusia atau staf lain untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan dengan benar.

III. METODE

Jenis Penelitian

Penulis penelitian ini menggunakan teknik *quantitative research*. Menurut ideologi feminis, metode penelitian disebut sebagai *quantitative research*. *Used for* uji coba dengan *specific population and sample, data collection* dengan sumber data, dan ilmu data dengan tujuan menguji hipotesis yang diterapkan.

Objek Penelitian

Objek penelitian *this* adalah PT Golden Age terletak di Jl Arya Kemuning No.81 RT.02/RW02, Periuk Jaya, Periuk.

Jenis Data

Informasi data nan dipakai itu yang dihitung, dideskripsikan, juga diukur dalam bentuk angka.

Sumber Data

Yang data digunakan berupa file, jurnal referensi maupun catatan lain nan terikat pada permasalahan penelitian lainnya, untuk data penelitian dari PT. Golden Age.

Populasi

(Sugiyono 2018) Targetnya adalah kuesioner pada perusahaan PT. Golden Age dengan jumlah sebanyak 130 karyawan.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini pada perusahaan PT. Golden Age kebanyakan dikenal dua teknik sampling.

Prosedur *probability sampling* digunakan untuk menerapkan metode sampel, sehingga diperoleh 98 responden dari interpretasi rumus Slovin yang bervariasi, yaitu terjemahannya :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

- = Ukuran sampel N
- = Ukuran populasi E
- = *Error*

Teknik analisis data

Metode nan dipakai untuk menguji data pada topik *this* yaitu teknik penelitian menetapkan bantuan SPSS.

Uji koefisien determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dibuat buat mengevaluasi persentase dampak yang timbul akibat variabel X dan Y.

Uji signifikan parsial (Uji T)

Uji T parsial adalah judul lain *for* studi uji yang menguji dampak dari setiap variabel X.

Uji simultan (Uji F)

Penelitian dalam ini, *for* menutupi *influence actual of variable X*, digunakan pengujian simultan. variabel Tergantung Y, seperti yang ditunjukkan oleh gambar Anova ketika pengujiaanya.

IV. HASIL

1. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837 ^a	.701	.691	3.190	1.694

a. Predictors: (Constant), Reward, Rekrutmen, Pengembangan Karyawan

b. Dependent Variable: Kualitas Kerja Karyawan

Kontribusi atau kontribusi yang signifikan dengan data sebesar 68,4% dapat disimpulkan dari koefisien determinasi kalkulus. sedangkan 29,6%

2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

A. Sebanyak 3,542 dari nilai thitung juga 0,001 nilai signifikansi untuk variabel Rekrutmen. Analisis reaksi mempresentasikan nilai diasumsikan $0,001 < 0,05$ Y

dipengaruhi oleh bagian dari variabel X1 karena, thitung di nyatakan Variabel dikatakan berpengaruh jika menjadi tinggi jika disamakan melalui t tabel, yaitu 5% menerima H0.

- B. Sejumlah 2,574 nilai yang disiapkan thitung dengan manfaat 0,012 dari X2 dari variabel. berarti penting 0,012 > 0,005 variabel berarti pengembangan karyawan selaku positif daya tinggi pada variabel Y. C. Sebesar 4,235 dihasilkan oleh pembayaran atau nilai sig 0,000 < 0,05 artinya segmental X3 berpengaruh langsung terhadap Y.

3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2243.331	3	747.777	73.475	.000 ^b
	Residual	956.669	94	10.177		
	Total	3200.000	97			

a. Dependent Variable: Kualitas Kerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Reward, Rekrutmen, Pengembangan Karyawan

Sumber : Hasil Olahan SPSS 22

Sebesar 73,475 Disimpulkan bahwa nilai f hitung diperoleh dari tabel melalui 0,000 untuk nilai signifikansi dimana nilai f 0,000 0,05. Rekrutmen, Pengembangan Karyawan, dan Reward mempunyai efek terhadap Y di Kualitas Kerja Karyawan.

V. KESIMPULAN

Sesuai hasil penelitian serta penjelasan, jadi bisa di simpulkan : 1. Rekrut nan berdampak baik terhadap Y hal ini di wakili nilai oleh 0,001 0,05 di sig berarti bahwa elemen X1 mencerminkan Y. 2. Pengembangan Karyawan memiliki efek positif di pengembangan karyawan nilai thitung yang dihasilkan 2,574 dan sig nilai ini 0,008 dimana sig yaitu valuenya. 3. mengkasih reward memberi efek positif di reward dengan nilai thitung yang di hasilkan 4,235 dengan nilai sig 0,000 dimana sig adalah nilainya. 4. sehingga dapat di simpulkan ,000 0,05 dan nilai Fhitung (73,475) > Ftabel (2,698) menunjukkan bahwa berju otoritas simultan sela-sela pengembangan karyawan, reward, dan rekrutmen terhadap kualitas kerja karyawan jika Ho ditolak dan Ha disetujui.

DAFTAR PUSTAKA

- arif yusuf hamali, 2018, p 15. 2018. "Manajemen Sumber Daya Manusia." : 1–15. [http://repositori.buddhidharma.ac.id/391/3/BAB II.pdf](http://repositori.buddhidharma.ac.id/391/3/BAB%20II.pdf).
- Dr. Hasmin, Dr. jumiaty nurung. 2021. "Bab 1 Manajemen Sumber Daya Manusia." *Manajemen Sumber Daya Manusia Hal 3 59*: 1–150. file:///C:/Users/USER/Downloads/bab 1 manajemen sumber daya manusia.pdf.
- flippo 2018, hal 1. 2018. "Pengaruh Jaminan Sosial Dan Insentif Terhadap Kualitas Kerja Pegawai Biro Bina Kemasyarakatan dan Sosial Kerja pada kantor Gubernur Sumatra Utara." : 1–5.
- Hasibuan, 2019:10. 2019. "Pelaksanaan Rekrutmen Calon Pegawai Negeri Sipil Pada Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Di Jakarta." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.

- James A.F Stoner, 2018 : 41). 1988. “Landasan Teori ادبيج.” *Dasar-Dasar Ilmu Politik*: 17–39.
- Kurniawan, Rachmat. 2022. “Manajemen sumber daya manusia pada kaderisasi anggota ansor.”
- Saputra, Dicky. 2019. “Pengertian Reward , jenis reward.” (2017): 15–29.
[http://repo.darmajaya.ac.id/2473/6/14.BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2473/6/14.BAB%20II.pdf).
- Sinambela, 2019. 2021. “Pengaruh rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja karyawan PT. Si Cepat Ekspres Divisi Control Tower.” : 9–37. [http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1990/4/bab 2.pdf](http://eprints.kwikkiangie.ac.id/1990/4/bab%202.pdf).
- Sugiyono, 2018. 2018. “Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian industri manufaktur.”
Metode Penelitian: 32–41.
- Wahyuni, 2018. 2018. “Analisis Pengaruh Pengembangan Karyawan Terhadap Kualitas Kerja Di Perum Pjp I JAWA TIMUR.” 4(1): 29–40.

Pengaruh Brand *Image*, Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Traveloka

Angela Jonathan¹⁾, Eso Hernawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾angela.jonathan99@gmail.com

²⁾eso.hernawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:
Brand Image,
Promosi,
Harga,
Kualitas Pelayanan,
Keputusan Pembelian

Abstrak

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini yakni *Brand Image*, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian di Traveloka. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dimana kuesioner dibagikan secara acak kepada 100 responden dan 5 pertanyaan digunakan sebagai responden survei untuk setiap variabel. Analisis data dilakukan dalam SPSS versi 25. Dari hasil uji T yang telah dilaksanakan mencerminkan bahwa *Brand image*, promosi, kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada Keputusan pembelian secara positif dan signifikan, sedangkan harga tidak memberikan dampak keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka. Dari Hasil uji F disimpulkan bahwa *Brand Image*, Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan pada Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi, perkembangan teknologi semakin pesat. Masyarakat dituntut untuk siap menghadapi perkembangan ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah, Teknologi yang canggih ini membuat banyak masyarakat menggunakan internet, bukan hanya itu teknologi seluler juga berdampak pada berbagai bisnis modern yang mana potensi dari teknologi ini sangat besar khususnya dalam penciptaan pasar yang baru, membuat perubahan sudut pandang dalam persaingan bisnis, merubah gaya hidup dari masyarakat, serta keberadaan pasar. Dipergunakannya telepon seluler dapat menjadikan aplikasi baru yang dapat terakses oleh tiap individu dari gawai mereka. Perkembangan teknologi ini sangat membantu aktivitas masyarakat mulai dari pencarian informasi secara global hingga bisnis perdagangan online yang dilakukan melalui teknologi. Bisnis perdagangan teknologi biasa disebut dengan *E-Commerce*.

Perkembangan teknologi tersebut mampu meningkatkan interaksi yang lebih mudah dan cepat antar sesama pengguna. Pengguna internet pun dapat melakukan pertukaran informasi yang lebih cepat hanya dengan melalui gadget. Hal tersebut memberikan dukungan yang besar pada industri perdagangan untuk melakukan sebuah inovasi dan beralih pada dunia digital. Salah satu industri perdagangan yang menyesuaikan dengan adanya perkembangan teknologi yaitu Traveloka.

Traveloka merupakan perusahaan teknologi di Asia Tenggara yang didirikan oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma dan Albert dengan menawarkan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan sebuah pemesanan. Traveloka memiliki beberapa produk lengkap diantaranya layanan transportasi seperti tiket pesawat, bus, kereta api, dan sebagainya. Selain itu ada banyak berbagai pilihan akomodasi seperti hotel, resort, dan villa. Seiring perkembangan teknologi, persaingan dalam dunia digital semakin luas. Banyak perusahaan berlomba-lomba untuk menjadikan merek atau produk yang dipasarkan dapat menciptakan gambaran yang kuat dalam benak konsumen. Dalam menciptakan *Brand Image*, setiap perusahaan melakukan strategi yang berbeda untuk memenangkan persaingan pasar dan memperluas eksistensinya. *Brand Image* adalah sudut pandang dari konsumen pada sebuah merek ataupun produk yang terbentuk dari informasi ataupun produk tersebut.

Perusahaan Traveloka memiliki sistem booking yang dapat mempermudah dalam pemesanan tiket. Traveloka resmi menghadirkan aplikasinya di *app store* dan *google play store*, guna untuk memberikan kenyamanan dan privasi kepada konsumen. Traveloka juga melayani 24 jam untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan membantunya para konsumen jika mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau lainnya. Agar informasi yang berkualitas terpenuhi maka hendaknya pelaku usaha membuat sistem dan situs yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tentu adanya permasalahan pada pembelian *E-Ticket* di aplikasi Traveloka ini bagi mereka yang belum terlalu mengikuti perkembangan zaman. Permasalahan seperti tidak semua orang paham mengenai penggunaan internet, adanya keterbatasan maskapai penerbangan dalam memasarkan tiket transportasi secara online, beberapa orang belum terlalu paham dalam pembelian tiket secara online di aplikasi Traveloka, beberapa orang belum paham tentang prosedur pemesanan *E-ticket*.

Pemasaran dapat dimaknai dengan sebuah aktivitas yang dilaksanakan oleh pelaku usaha dalam memasarkan produk maupun layanan yang disediakan. Pemasaran terdiri atas berbagai hal yang dimulai dari iklan, penjualan sampai dengan pengiriman produk hingga ke tangan konsumen. Pemasaran memberikan bantuan bagi konsumen untuk mendapatkan produk yang mereka kehendaki dan sesuai dengan apa yang mereka perlukan. Saat pemasaran telah sesuai dengan target yang telah diharapkan maka perusahaan akan mendapatkan laba.

Tingkat keputusan pembelian pada konsumen, memiliki pengaruh besar pada tingkat *Brand Image* dan kemampuan konsumen dalam mengenal suatu merek, produk, atau jasa yang ditawarkannya. Sama halnya dengan *E-Commerce* yang menekankan pada standar kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Suatu merek tentunya harus selalu melakukan evaluasi terhadap kepuasan konsumen pada pelayanan yang diberikan untuk dapat memperbaiki sistem kualitas pelayanan demi kemajuan bisnis. Selain Kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor utama yang dapat menentukan keputusan pembelian konsumen, sehingga suatu merek hendak berkemampuan dalam analisis serta menentukan tingkatan harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang hendak diberikan pada konsumen, mengingat persepsi harga sangat menentukan dalam mencapai target market yang dituju.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Brand Image

Sunyato (2012) memberikan pernyataan bahwa: “Brand Image yakni nama ataupun identitas taupun rancangan dari keseluruhan guna untuk memberitahukan barang atau jasa dari seseorang ataupun sekelompok penjual dan dapat membedakan dari pesaingnya”

Menurut (Sunyato, 2012) berpendapat bahwa: “merk ialah sebuah tanda ataupun gabungan didapat menjadi identitas produk.”

Promosi

Menurut (Sunyato, 2012) Berpendapat bahwa: “Periklanan bagian dari pemasaran yang dipergunakan untuk memberikan informasi atau mempersusikan, dan mengingatkan akan adanya produk suatu perusahaan”

Sunyato (2012) memberikan pernyataan bahwa: “Periklanan merupakan suatu aktivitas yang berguna untuk memberikan dampak pada konsumen sehingga mereka mengetahui berkenaan dengan produk yang perusahaan tawarkan serta melakukan pembelian produk dengan perasaan puas. Jadi kesimpulan dari ketiga pengertian di atas promosi adalah kegiatan pemasaran untuk memasarkan produknya kepada konsumen.”

Harga

Menurut (Sunyato, 2012) Berpendapat bahwa: "Harga Adalah nilai yang dinyatakan dalam mata uang atau media pertukaran dari produk tertentu."

Menurut (Sunyato, 2012) Berpendapat bahwa: “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.”

Kualitas Pelayanan

Menurut (Batubara, 2014) “Kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan untuk memenuhi permintaan konsumen dan pengendalian *kesempurnaan* itu.”

Menurut (Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, 2016): “Kualitas pelayanan dapat dimaknai dengan sebuah situasi yang berubah-ubah yang erat kaitannya dengan produk, jasa manusia, proses serta lingkungan yang sesuai dengan harapan”

Menurut (Herawati et al., 2018): “Kualitas pelayanan ialah sebuah tindakan yang ditawarkan satu pihak pada pihak lainnya yang sebenarnya tidak berwujud atau tanpa melibatkan apapun”

Keputusan Pembelian

Sahir et al., (2018) Berpendapat bahwa: “keputusan pembelian dapat dimaknai dengan sebuah tahapan dalam menyelesaikan permasalahan yang terdiri atas analisa ataupun pengenalan kebutuhan serta keinginan, kegiatan mencari informasi, menilai berbagai sumber seleksi pada alternatif pembelian, keperluan pembelian, serta tindakan usai dilakukannya pembelian”

Sahir et al., (2018) Berpendapat bahwa: “Keputusan pembelian ialah ketetapan yang dilaksanakan bertindakan berdasarkan berbagai pilihan dalam pembelian produk dan jasa yang hendak dikonsumsi.”

Sahir et al., (2018) Berpendapat Bahwa: “Keputusan pembelian ialah prosedur dalam penetapan keputusan dalam pembelian yang mana konsumen benar-benar melaksanakan pembelian”

III. METODE

Dipergunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Dilaksanakan penelitian pada Platform Traveloka yang mana ialah salah satu perusahaan daring yang terdapat di Indonesia. Jenis Dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni jenis Primer dan Sekunder dengan populasi dan sampel yakni konsumen traveloka, ditetapkan sampel sebanyak 100 orang pengguna traveloka yang dipilih berdasarkan metode simple random sampling. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yakni kuesioner, observasi, dan wawancara. *Sedangkan* teknik analisis data penelitian ini yakni statistik deskriptif, uji kualitas data (validitas, reliabilitas), uji asumsi klasik(normalitas, *multikolinearitas*, dan heteroskedastitas), uji hipotesis (uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji partial, uji simultan)

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Berganda & Uji Koefisien Determinasi

Variables Entered/Removed			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4Total, X1Total, X2 Total, X3 Total	.	Enter
a. Dependent Variable: YTotal			
b. All requested variables entered.			

(Sumber: Hasil Olahan SPSS V.25)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,746 ^a	,557	,543	1,22445
a. Predictors: (Constant), X4Total, X1Total, X2Total, X3Total				
b. Dependent Variable: YTotal				

(Sumber: Hasil Olahan SPSS V.25)

Dari Hasil analisis olahan SPSS, menunjukkan beberapa output tabel yang terdiri dari *Variables Entered/Removed*, *Model Summary*, *ANOVA*, dan *Coefficient*. Berikut hasil interpretasi dari output tersebut: Nilai R2 adalah 0,557. Artinya Variabel X Berpengaruh sebesar 55,7% terhadap variabel Y, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

• Uji T

Dari uji yang dilakukan diperoleh persamaan berikut ini

$$Y = 3,189 + 0,303X_1 + 0,363X_2 + 0,557X_3 + 0,151X_4$$

Penjelasan persamaan regresi:

1. Nilai Konstanta (a) *sebesar* 3,189, hal ini berarti bahwa jika keseluruhan variabel bernilai 0 (nol) sehingga keputusan pembelian produk sebesar positif 3,189 atau tingkat keputusan pembelian meningkat.
2. Koef regresi Brand Image (b1) sebesar 0,303 artinya jika kualitas meningkat satu satuan maka keputusan pembelian akan turut meningkat sebesar 0,303.
3. Koef regresi Promosi (b2) sebesar 0,363 artinya jika terdapat peningkatan inovasi sebanyak satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,363.
4. Koef regresi Kualitas (b3) sebesar 0,557 yang artinya jika terjadi peningkatan nilai citra merek sebanyak satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,557.
5. Koef regresi variabel Brand Image (b4) sebesar 0,151 yang artinya jika citra merek mengalami peningkatan sebanyak satu satuan maka keputusan pembelian dapat mengalami peningkatan sebesar 0,151.

Dari uji regresi yang dilakukan diperoleh hasil yang dapat disimpulkan pada tabel berikut:
 Tabel 2 Hasil Rekapitulasi Uji t

Variabel	Nilai t		Signifikansi		Hasil	
	t hitung	t tabel	Output Sig	Tingkat Sig	Nilai t	Sig
X1 (Brand Image)	3,528	1,984	0,001	0,025	Berpengaruh	Signifikan
X2 (Promosi)	3,587	1,984	0,001	0,025	Berpengaruh	Signifikan
X3 (Harga)	1,645	1,984	0,103	0,025	Tidak Berpengaruh	Tidak Signifikan
X4 (Kualitas Pelayanan)	6,017	1,984	0,000	0,025	Berpengaruh	Signifikan

(Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2022)

- Uji F

Tabel 3 Output Model Summary

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180,820	3	60,273	40,202	,000 ^b
	Residual	143,930	96	1,499		
	Total	324,750	99			
a. Dependent Variable: YTotal						
b. Predictors: (Constant), X4Total, X1Total, X2 Total, X3 Total						

(Sumber: Hasil Olahan SPSS V.25)

Dari uji yang dilakukan diperoleh nilai F hitung 40,202 dan F tabel 3,09 ($40,202 > 3,09$) artinya variabel X mempengaruhi keputusan pembelian terhadap variabel Y secara bersamaan (simultan). Dengan sig sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan Diterima. Artinya N Variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara simultan.

3. Pembahasan

a. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Traveloka

Dari uji yang dilaksanakan diperoleh bahwa terdapat dampak yang kuat, positif dan signifikan yang diberikan brand image pada keputusan pembelian konsumen di Traveloka. Jika variabel *brand image* dikembangkan keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat. Perusahaan didorong untuk meningkatkan dan mempertahankan promosi mereka, karena semua konsumen sudah memiliki loyalitas dan traveloka yakin mereka sudah memiliki *brand image* yang baik. ini menunjukkan bahwa konsumen menganggap brand image yang dimiliki oleh traveloka sudah memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

b. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Traveloka*

Dari uji yang dilaksanakan diperoleh bahwa dampak yang kuat, positif dan signifikan yang diberikan promosi pada keputusan pembelian konsumen di aplikasi Traveloka. Kami menemukan bahwa promosi memberikan dampak yang besar pada keputusan pembelian konsumen, sehingga meningkatkan variabel promosi juga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Secara umum responden menilai variabel promosi cukup positif. hal ini tercermin dari sebaran tanggapan responden terhadap klaim promosi yang memberi dampak pada keputusan pembelian pada konsumen. Keputusan pembelian pada konsumen sangat bergantung pada promosi yang ditawarkan, jika promosi yang dilakukan tinggi maka keputusan pembelian juga tinggi.

c. *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Traveloka*

Dari uji yang dilaksanakan diperoleh bahwa tidak terdapat dampak yang kuat, positif dan signifikan yang diberikan harga pada keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Traveloka. Ternyata harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Traveloka. Jadi, ketika variabel harga meningkat, keputusan pembelian konsumen menurun atau menjadi normal. Harga tidak memberikan dampak pada keputusan pembelian konsumen. Konsumen sudah percaya dan percaya Traveloka terjangkau dibandingkan produk lain. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen percaya bahwa harga Traveloka sudah sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan.

d. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Traveloka*

Hasil Pengujian yang diperoleh dengan variabel Quality of Service berpengaruh kuat, positif dan penting pada keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Traveloka. Ini berarti bahwa ketika variabel kualitas layanan meningkat, demikian juga keputusan pembelian konsumen. Secara umum, responden menilai fluktuasi kualitas layanan cukup positif. Hal ini terlihat dari sebaran respon individu responden terhadap pernyataan kualitas pelayanan saat konsumen melakukan keputusan pembelian. Peran kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keinginan setiap konsumen, sehingga kualitas pelayanan yang tinggi membuat keputusan pembelian seorang konsumen.

V. KESIMPULAN

Untuk menjawab pertanyaan yang menjadi tujuan penelitian ini, diperoleh hasil sebagai berikut berdasarkan analisis dan pembahasan penelitian.

1. Brand Image terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 76.4% pada keputusan pembelian Traveloka yang mana hasil t hitung sebesar $3.528 > 1,984$ dengan signifikan $0.000 < 0.025$.
2. Promosi terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 65.3 % terhadap keputusan pembelian Traveloka dimana hasil t hitung $3.587 > 1,984$ dengan signifikansi $0.000 < 0.025$.
3. Harga tidak memberikan dampak pada keputusan pembelian Traveloka sebesar 53,4%, sehingga diperoleh t-hitung $1,645 > 1,984$ dengan Signifikansi $0,196 > 0,025$.
4. Kualitas pelayanan memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian Traveloka sebesar 55,7%, menghasilkan t hitung $(6,017) > t$ tabel $(1,984)$. Signifikansi $0,000 < 0,025$.
5. Brand Image, promosi, harga, dan kualitas pelayanan secara bersamaan memberikan dampak pada keputusan pembelian di traveloka dimana yang paling berpengaruh dominan adalah Kualitas Pelayanan dimana t hitung $(6,017) > t$ tabel $(1,984)$ disusul dengan Promosi dimana $(3,587) > t$ tabel $(1,984)$ serta Brand Image dimana $(3,528) > t$ tabel $(1,984)$.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, D., & Pelawi, S. P. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*, III(02), 10–18. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/SBDE3>
- Batubara, aida. (2014). Word of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma Iii. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02), 191–202.
- Buyung, S., Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 04 Tahun 2016*, 16(4), 376–386.
- Dewi, K. I. L., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bpjs Kesehatan Di Kota Singaraja. *Manajemen*, 5(2), 82–92.
- Dwiyana, P. (2016). Analisis Perbandingan Strategi Bauran Pemasaran Smartphone Blackberry Berdasarkan Siklus Hidup Produk. *E-Proceeding of Management*, 3(1), 563–570.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobis Tek*, 10(1), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *JURNAL ILMIAH MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 702–714. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/download/571/248>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hafid Usman(1), K. R. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE LAZADA DI CIKARANG SELATAN Hafid. *Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 53(9), 3.
- Hasania, Z., Murni, S., Mandagie, Y., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan Roe Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), 133–144.
- Herawati, N., Hidayat, A., & Suwarsito, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(5), 522–535. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i5.157>
- Manoppo, H., & Arie, F. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2), 485–497.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Jbe*, 1(1), 1–10.
- Pulukadang, M. W., Mananeke, L., Roring, F., Sam, U., & Manado, R. (2019). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife (Studi Kasus Pada Lima Nutrition Club Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1608–1617.
- Putra, R. A. A., Muhardi, M., & Sofiah, P. (2017). Pengertian Pengelolaan. *Prosiding Manajemen*, 379, 251–258. <http://repository.unisba.ac.id/handle/123456789/379>
- Ristanto, H., & Aditya, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). *Bingkai Ekonomi*, 6(1), 58–71.

- Rivaldo, Y., & Yusman, E. (2021). Pengaruh Physical Evidence , Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada. *Jurnal As-Said. LP2M. Institut Agama Islam Abdaullah Said Batam, 1(1)*, 13. <http://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/AS-SAID/article/view/7>.
- Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 2(031)*, 130.
- Sinuhaji, & Effendi. (2020). *Jurnal Bisma Cendekia. 1(September)*, 35–40.
- Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 3(1)*, 120–134.
- Sunyato, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (1st ed.). CAPS.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, 4(1)*, 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Utomo, I. W. (2017). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Komunikasi, VIII(1)*, 78. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/article/view/2327/1607>
- Wibowo, S. E., Ruswanti, E., Januarko, U., Ekonomi, F., Unggul, U. E., & Jeruk, K. (2013). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Toko Buku Gramedia Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, 56–64*.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 6(1)*, 660–669
- Yoeliastuti, Y., Darlin, E., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis, 10(2)*, 212. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v10i2.425>

Pengaruh *Tax Planning*, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Persistensi Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)

Lidiya Wijaya¹⁾, Farid Addy Sumatri²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾lidiya.Wijayaa5@gmail.com

²⁾farid.sumantri@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Keyword :

Tax Planning
Leverage
Ukuran Perusahaan
Persistensi Laba

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh *tax planning*, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap persistensi laba. Objek yang diambil dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2016 – 2020.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan populasi 11 perusahaan dari 34 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada sub sektor *food and beverages*. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria yang dipilih maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 11 sampel sebagai pengamatan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id untuk memperoleh data berupa bentuk laporan keuangan dari masing-masing perusahaan, kemudian data diolah menggunakan program SPSS versi 26.

hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa :
(1) Perencanaan Pajak tidak berpengaruh terhadap Persistensi Laba, (2) *Leverage* berpengaruh secara signifikan terhadap Persistensi Laba, (3) Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Persistensi Laba, (4) Perencanaan Pajak, *Leverage*, Ukuran Perusahaan secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Persistensi Laba.

I. PENDAHULUAN

Profit dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan elemen penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk dapat bersaing dipasar. Setiap perusahaan mengharapkan profit yang maksimal. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor. Kemampuan perusahaan yang besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga membutuhkan kepercayaan pada investor. Laba merupakan alat ukur utama kesuksesan suatu perusahaan.

Persistensi laba adalah revisi laba akuntansi yang diharapkan dimasa yang akan mendatang. Besarnya revisi laba akuntansi dapat menunjukkan tingkat persistensi laba, laba yang persisten akan lebih cenderung stabil dan tidak berfluktuasi disetiap periodenya. Persistensi laba juga merupakan suatu *property* laba yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan jumlah laba yang diperoleh saat ini sampai dimasa mendatang. Persistensi laba juga merupakan komponen untuk menilai prediktif laba dan unsur relevansi, laba dapat dikatakan persisten Ketika aliran kas dan laba akrual mempunyai pengaruh terhadap laba tahun depan sehingga perusahaan dapat mempertahankan laba yang diperoleh saat ini hingga dimasa yang akan datang. Para investor menggunakan informasi yang berkaitan dengan persistensi laba untuk membantu dalam menentukan kualitas laba dan nilai suatu perusahaan.

Persistensi laba kerap digolongkan sebagai salah satu alat untuk mengukur atau menilai kualitas laba, hal itu disebabkan karena persistensi laba mengandung unsur relevansi sehingga dapat digunakan para pengguna laporan

keuangan untuk mengevaluasi kejadian masa lalu, saat ini dan dimasa mendatang. Bila suatu perusahaan melaporkan laba yang mereka dapatkan tahun ini dengan tingkat kenaikan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya maka ada kemungkinan pihak manajemen telah merekayasa laporan keuangan dengan menggunakan cara yang tidak baik, tetapi jika sebaliknya suatu perusahaan tiba-tiba melaporkan keuangan dengan tingkat laba yang mengalami penurunan secara drastis atau mengalami kerugian yang sangat besar tanpa adanya keterangan yang memadai maka perusahaan itu patut untuk dicurigai karena kemungkinan berusaha untuk menghindari pembayaran pajak yang besar.

Persistensi laba juga merupakan komponen untuk menilai prediktif laba dan unsur relevansi, laba dapat dikatakan persisten Ketika aliran kas dan laba akrual mempunyai pengaruh terhadap laba tahun depan sehingga perusahaan dapat mempertahankan laba yang diperoleh saat ini hingga di masa yang akan datang. Para investor menggunakan informasi yang berkaitan dengan persistensi laba untuk membantu dalam menentukan kualitas laba dan nilai suatu perusahaan. Selain itu *leverage* perusahaan juga dapat berpengaruh terhadap persistensi laba perusahaan, *leverage* dapat diartikan sebagai penggunaan sumber daya dan aset yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan potensial para pemegang saham. *Leverage* juga dapat dikatakan suatu tingkat kemampuan perusahaan dalam menggunakan atau memanfaatkan aset yang mempunyai hutang untuk mendapatkan keuntungan bagi perusahaan pemegang saham, semakin besar tingkat hutang maka perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan persistensi labanya dengan tujuan agar kinerja keuangan perusahaan tetap dapat dipertahankan dan baik untuk para investor.

Adapun faktor yang mempengaruhi persistensi laba yaitu tingkat hutang. Hutang merupakan salah satu cara untuk memperoleh tambahan pendanaan dari pihak eksternal, dengan konsekuensi perusahaan akan menjalin kontrak dengan kreditur. Ikatan kontrak berisi perjanjian dalam pembayaran hutang dan nominal dan Batasan waktu yang telah ditentukan. Disatu sisi, hutang dapat menambah modal perusahaan, namun disisi lain hutang memunculkan kosekuensi bagi perusahaan untuk selalu membayar bunga dan pokok pada saat jatuh tempo yang telah ditentukan tanpa memperhatikan kondisi perusahaan. **Industri** manufaktur makanan dan minuman berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi **Indonesia** sebesar 7,07% di kuartal kedua 2021, dengan pertumbuhan 6,91% meski ada tekanan dari pandemi COVID-19. Sedangkan di kuartal ketiga 2021, **industri** manufaktur tumbuh 3,68% dan menyumbang 0,75% terhadap pertumbuhan ekonomi **Indonesia**.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan riset yang ingin dicapai adalah: 1. Untuk mengetahui sejauh mana *Tax Planning* berpengaruh terhadap Persistensi Laba pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage*. 2. Untuk mengetahui sejauh mana *Leverage* berpengaruh terhadap Persistensi Laba pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage*. 3. Untuk mengetahui sejauh mana Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Persistensi Laba pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage*. 4. Untuk mengetahui sejauh mana *Tax Planning*, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap terhadap Persistensi Laba pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage*.

II. LANDASAN TEORI

Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat untuk memberikan data keuangan perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan kata lain, laporan keuangan berfungsi untuk memberikan informasi yang menghubungkan perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang menunjukkan kondisi Kesehatan keuangan perusahaan. Perusahaan terbuka, diwajibkan untuk membuat laporan keuangan setiap tahun dan harus diumumkan kepada masyarakat. Melalui pengumuman tersebut, diharapkan masyarakat dan investor mengetahui kondisi keuangan perusahaan. Laporan keuangan yang sudah dipublikasikan dan diaudit siap untuk dianalisis lebih lanjut. Laporan keuangan merupakan informasi yang paling lengkap dari sebuah perusahaan. Laporan Keuangan (*financial statement*) sangat penting karena memberikan informasi yang dapat dipakai untuk pengambilan keputusan. Banyak pihak yang menginginkan laporan keuangan, mulai dari investor, masyarakat ataupun manajemen perusahaan itu sendiri (Mamduh M. Hanafi, 2016). Menurut (V Wiratna Sujawerni, 2017) laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada periode akuntansi yang dapat menggambarkan kinerja perusahaan tersebut.

Tax Planning

Tax Planning atau perencanaan pajak adalah upaya mengurangi atau meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan kepada negara sehingga pajak yang dibayar tidak melebihi jumlah yang sebenarnya. Salah satu praktik dalam manajemen perpajakan ini dilakukan dengan tetap mematuhi peraturan perpajakan yang berlaku alias legal. Legal disini itu, artinya penhematan pajak dilakukan dengan memanfaatkan hal-hal yang tidak diatur oleh undang-undang (*loopholes*) sehingga tidak ada pelanggaran konstitusi atau undang-undang perpajakan yang berlaku. Menurut (Achyani dan Lestari, 2019) mengatakan bahwa “Perencanaan Pajak adalah perencanaan untuk menentukan kemungkinan pajak yang akan ditanggung dimana perencanaan pajak dihitung dengan ukuran *tax retention rate* yaitu perbandingan net income terhadap *pre tax income* (EBIT)”.

Leverage

Tingkat hutang atau disebut juga dengan *leverage* diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka panjang perusahaan. Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sehari-hari pasti membutuhkan modal. Modal dapat berasal dari modal sendiri maupun pinjaman. Perusahaan menggunakan sumber dana dari luar maupun dari dalam untuk membiayai operasional perusahaan, baik pembiayaan jangka pendek maupun jangka panjang. Menurut (Arief dan Edi, 2016) mengatakan bahwa “Rasio *leverage* adalah rasio yang mengukur sejauh mana pembelanjaan dilakukan oleh utang yang dibandingkan dengan modal, dan kemampuan untuk membayar Bunga dan beban tetap lain.”

Ukuran Perusahaan

Menurut Wibowo *et al.*, (2017), mendefinisikan bahwa “Ukuran perusahaan adalah cara menilai ukuran sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dicerminkan dari besar kecilnya ukuran perusahaan yang muncul ditotal aset perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dan dibedakan menjadi perusahaan besar dan perusahaan kecil”.

Menurut Dwi dan Putri, (2016) menyatakan bahwa “Ukuran Perusahaan tentu mempengaruhi pertumbuhan laba, dimana bertambah besarnya ukuran perusahaan, maka semakin besar juga harapan akan pertumbuhan laba yang tinggi. Pertumbuhan laba yang tinggi juga tentu berpengaruh terhadap persistensi laba dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh calon investor.” Menurut Sibuea dalam (Susilo dan Anggraeni, 2016) ukuran perusahaan adalah “Ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain.”

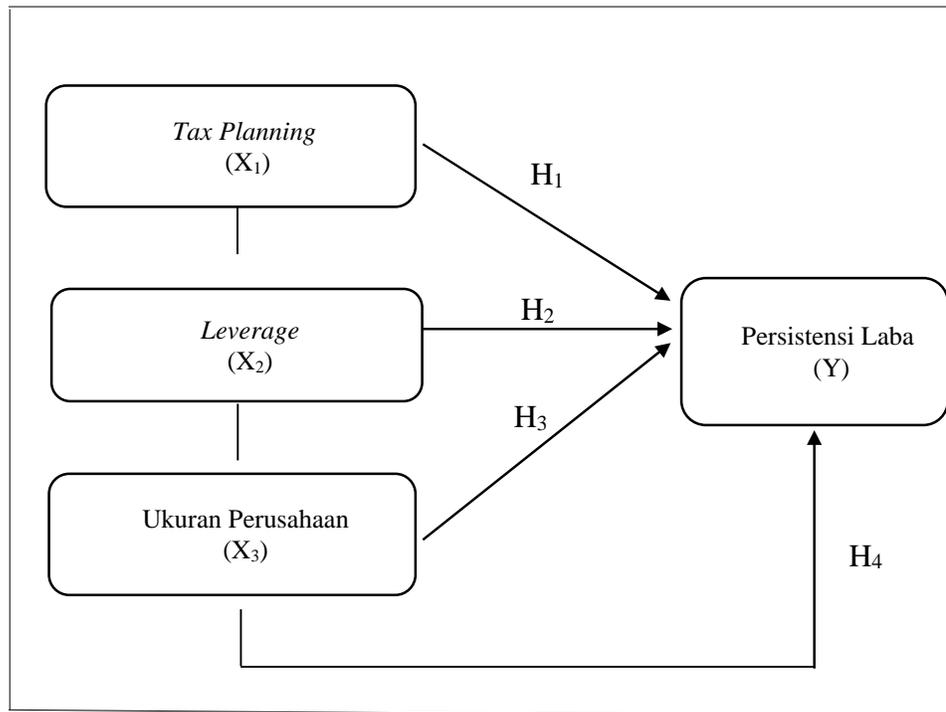
Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset dan jumlah penjualan.

Persistensi Laba

Laba akuntansi menarik perhatian para investor sebagai dasar dalam pengambilan keputusan, seperti penilaian kinerja manajemen, penentuan kompensasi manajemen, pemberian deviden kepada pemegang saham dll. Oleh karena itu laba yang perlu diperhatikan oleh para calon maupun investor bukan hanya laba yang tinggi, namun juga laba yang persisten.

Semakin kecil manipulasi laba akan menyebabkan laba menjadi semakin berkualitas. Laba yang berkualitas adalah laba yang dapat mencerminkan kelanjutan laba (Septavita, 2016). Laba merupakan hasil dari kinerja suatu perusahaan. Laba yang berkualitas mampu mencerminkan laba dimasa yang akan mendatang pada perusahaan tersebut. Untuk dapat mengetahui informasi tersebut didapat dari media komunikasi yaitu laporan keuangan, dimana laporan keuangan diperuntukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap suatu perusahaan. Kelanjutan laba disebut juga persistensi laba, dimana persistensi laba merupakan suatu ukuran yang menjelaskan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan jumlah laba yang diperoleh saat ini sampai satu periode masa depan (Ariyani dan Wulandari, 2016). Persistensi laba seringkali digunakan sebagai pertimbangan kualitas laba.

Kerangka Pemikiran



H1 : Tax Planning berpengaruh signifikan terhadap persistensi laba.

H2 : Leverage berpengaruh signifikan terhadap persistensi profit.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Persistensi laba.

H4 : Tax Planning, Leverage, dan Ukuran Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Persistensi Laba.

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan merupakan penelitian kuantitatif dengan data yang digunakan berbentuk angka yang bisa dianalisis menggunakan statistika. Penelitian kuantitatif lebih menekankan pada pengujian baik berupa teori-teori maupun pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka serta melaksanakan pengujian informasi dengan metode statistik. Sumber data diperoleh dari laporan finansial tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020 yang telah dipublikasikan melalui website www.idx.co.id.

Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan peristiwa yang menjadi pokok perhatian dalam suatu penelitian. Masa yang dipakai guna melakukan riset ini yaitu pada bulan September. Objek riset ini adalah laporan keuangan tahunan industri manufaktur sub bidang *Food and Beverage* yang tercantum di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020. Dalam penelitian ini periset memakai data yang tersedia di web formal Bursa Efek Indonesia (BEI) atau www.idx.co.id. Dipilihnya BEI selaku tempat riset, sebab BEI ialah bursa awal di Indonesia yang diakui mempunyai informasi yang lengkap serta sudah terstruktur dengan baik.

Jenis dan Sumber

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif atau data sekunder. Data yang dipakai dalam penelitian ini berupa laporan finansial perusahaan manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020. Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dicatat ataupun diolah oleh pihak lain). Informasi bersumber dari jurnal penelitian, buku dan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan melalui Bursa Efek Indonesia (BEI)

melalui website resmi BEI yaitu www.idx.co.id tahun 2016-2020 pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage*.

Populasi dan Sampel

Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria pengambilan sampel, sebagai berikut:

- a.) Perusahaan subsector *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 – 2020.
- b.) Perusahaan subsector *food and beverage* yang menerbitkan laporan yang telah di audit oleh auditor independent yang berakhir 31 Desember tahun 2015 – 2019
- c.) Perusahaan subsector *food and beverage* yang menyajikan laporan keuangan dalam bentuk mata uang rupiah selama periode 2016 – 2020.
- d.) Perusahaan subsector *food and beverage* yang tidak mengalami kerugian berturut – turut selama periode 2016 – 2020.
- e.) Perusahaan yang memiliki kelengkapan data laporan keuangan selama penelitian periode 2016 – 2020 yang dibutuhkan untuk variabel penelitian.
- f.) Perusahaan yang tidak memiliki data outlier terkait dengan variabel penelitian selama periode 2016 – 2020.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan komponen yang penting dari penelitian itu sendiri. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, metode pustaka dan data sekunder BEI. Berikut penjelasan dari teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Metode observasi Merupakan cara pengambilan data lewat pemantauan langsung pada suasana ataupun kejadian yang terdapat dilapangan.
2. Metode Pustaka Adalah metode pengumpulan data dengan cara menggali referensi serta mengkaji melalui buku-buku serta jurnal-jurnal yang berhubungan dengan elastis yang diteliti sebagai landasan teori pada penelitian ini yang dianggap dapat memberikan informasi pada penelitian ini.
3. Data Sekunder BEI Peneliti mengumpulkan data sekunder/kuantitatif mengenai laporan finansial industri yang diperlukan dalam riset lewat website www.idx.co.id dan data sekunder (BEI) sumber informasi lewat terbitan, jurnal serta web internet berhubungan dengan topik riset.

Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Independent (X)

a. Tax Planning

Variabel pertama adalah variabel yang berpengaruh terhadap variabel independent atau variabel terkait yaitu perencanaan pajak (tax planning)

Tax planning adalah suatu kapasitas yang dimiliki oleh wajib pajak (WP) untuk Menyusun aktivitas keuangan guna mendapatkan pengeluaran (beban) pajak yang minimal. Menurut Chairil Anwar Pohan (2018:371) menyatakan bahwa : “tax planning adalah suatu proses mengorganisasi usaha wajib pajak sedemikian rupa agar utang pajaknya baik pajak penghasilan maupun pajak lainnya berada dalam jumlah minimal, selama hal tersebut tidak melanggar ketentuan perundang-undangan yang berlaku”.

Rumus yang digunakan yaitu :

$$TRR = \frac{Net\ Income_{It}}{Pretax\ Income\ (EBIT)_{It}}$$

b. Leverage

Tingkat hutang mencerminkan kewajiban perusahaan yang harus dibayarkan saat jatuh tempo tanpa mempertimbangkan kondisi perusahaan. Semakin tinggi rasio, maka perusahaan akan meningkatkan persistensi laba dengan tujuan untuk mempertahankan kinerja yang baik di mata auditor dan investor. Dalam penelitian ini tingkat hutang akan diprosikan dengan debt to asset ratio (DAR).

Rumus yang digunakan yaitu :

$$Debt\ To\ Asset\ Ratio = \frac{Total\ Utang}{Total\ Aset}$$

c. Ukuran Perusahaan

Menurut Uwuigbe dan Bernard, (2016), mendefinisikan bahwa :

“ukuran perusahaan adalah cara menilai ukuran sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dicerminkan dari besar kecilnya ukuran perusahaan yang muncul di total aset perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari ukuran besar kecilnya suatu perusahaan dan dibedakan menjadi perusahaan besar dan perusahaan kecil”.

Rumus yang digunakan :

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Aset)$$

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut variabel terikat, variabel dependen dipengaruhi oleh variabel bebas. Nilai sebuah variabel terikat dapat berubah karena terjadinya variabel bebas atau variabel independen yang mempengaruhinya. Variabel terikat pada penelitian ini adalah persistensi laba. Dengan persamaan yang digunakan yaitu :

$$PTBIt + 1 = \alpha + \beta PTBIt + \varepsilon$$

IV. HASIL

• Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji koefisien determinasi (*R²*) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari variabel independen yaitu book tax differences, leverage, dan ukuran perusahaan dalam menjelaskan variabel dependen yaitu persistensi laba.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.684 ^a	.468	.437	.0518195	1.246

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PERENCANAAN PAJAK

a. Dependent Variable: PERSISTENSI LABA

Dari hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,437 mendekati nilai 0 (no), hal ini dapat dijelaskan bahwa Nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independent. Hal ini berarti 43,7% variasi naik turunnya persistensi laba dipengaruhi variabel *tax planning*, *leverage*, dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

1. Tabel Uji Hipotesis

• **Uji Parsial (Uji Statistik t)**

Uji t dilakukan guna mengetahui hubungan antara masing-masing variabel independen apakah berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

Hasil Uji Statistik t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.12	.186		.651	.518
PERENCANAAN PAJAK	-.011	.083	-.015	-.132	.895
LEVERAGE	-.327	.050	-.694	-6.561	.000
UKURAN PERUSAHAAN	.005	.005	.118	1.003	.321

a. Dependent Variable: PERSISTENSI LABA

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa hasil uji signifikan parsial (uji-t) adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh *tax planning* terhadap persistensi laba

Berdasarkan hasil uji statistic t variabel *tax planning* memiliki nilai t (tabel) 2,67572 > t (hitung) -0,132 dan tingkat signifikansi 0,895 > 0,05 yang menunjukkan bahwa *tax planning* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba.

b. Pengaruh *leverage* terhadap persistensi laba

Berdasarkan hasil uji statistic t variabel *leverage* memiliki nilai t (tabel) 2,67572 > t (hitung) -6,561 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap persistensi laba.

c. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap persistensi laba

Berdasarkan hasil uji statistik t variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t (tabel) 2,67572 > t (hitung) 1,003 dan tingkat signifikansi 321 > 0,05 yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba.

• **Uji Simultan (Uji Statistik F)**

Uji statistik f dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat saling berhubungan secara bersama – sama.

Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.121	3	.040	14.962	.000 ^b
	Residual	.137	51	.003		
	Total	.257	54			

a. Dependent Variable: PERSISTENSI LABA

b. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, PERENCANAAN PAJAK

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, dan nilai F hitung menunjukkan angka sebesar 14,962. Angka F dilihat pada tabel f signifikan 0,05. Kemudian berdasarkan sig < 0,05 (0,000 < 0,05) dan F hitung > F tabel (14,962 > 2,79), maka H4 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara simultan (bersama – sama) berpengaruh terhadap persistensi laba.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dari hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap penelitian *tax planning*, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap persistensi laba pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* selama tahun 2016 – 2020. Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan menggunakan program *statistic package for the social sciences* (SPSS) versi 26, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Tax Planning* tidak berpengaruh terhadap persistensi laba yang dibuktikan dengan nilai uji t, yaitu didapatkan nilai t (tabel) 2,67572 > t (hitung) -132 dan tingkat signifikan 895 < 0,05 yang menunjukkan bahwa *tax planning* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* selama tahun 2016 – 2020.
2. *Leverage* berpengaruh terhadap persistensi laba yang dibuktikan dengan nilai uji t, yaitu t didapatkan nilai t (tabel) 2,67572 > t (hitung) – 6,561 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap persistensi laba pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* selama tahun 2016 – 2020.
3. *Ukuran Perusahaan* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba yang dibuktikan dengan nilai uji t, yaitu didapatkan nilai t (tabel) 2,67572 > t (hitung) 1,003 dan tingkat signifikansi 321 > 0,05 yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* selama tahun 2016 – 2020.
4. *Tax Planning*, *Leverage*, dan *Ukuran Perusahaan* terhadap Persistensi Laba yang dibuktikan dengan hasil pengujian statistic F tabel 2,79 < F hitung 14,962 dengan tingkat signifikansi < 0,05 yaitu 0,000. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *tax planning*, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara bersama – sama terhadap persistensi laba pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* selama tahun 2016 – 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Achyani dan Lestari. (2019). PENGARUH PERENCANAAN PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 77–88. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i1.8063>
- Achyarsyah dan Purwanti. (2018). Pengaruh Leverage dan Arus Kas Operasi terhadap Kualitas Laba Melalui Persistensi Laba. *Jurnal Akuntansi , Perpajakan Dan Auditing*, 2(2), 295–317. <https://www.neliti.com/id/publications/136376/analisis-pengaruh-rasio-keuangan-terhadap-perubahan-laba>
- Alan Renata Pratama & Peng Wi. (2022). *The Influence of Perceptions , Interests , Motivations and Labor Market Considerations on Careers in Taxation on Accounting Students at Buddhi Dharma University). 2*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Alviron Krisna Wijaya & Ety Herijawati. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Sales Growth, Kepemilikan Manajerial Dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Property & Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2016-2020), 2*.
- Arief dan Edi. (2016). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (ERC) Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI Periode 2011 - 2017. In *Skripsi. Program Sarjana Ekonomi*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Arisandi dan Astika. (2019). Pengaruh Tingkat Utang, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial pada Persistensi Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 1845. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p07>

- Ariyani, D., & Wulandari, R. (2018). PENGARUH BOOK TAX DIFFERENCES DAN ARUS KAS TERHADAP PERSISTENSI LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Keberlanjutan*, 2(2), 574. <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v2i2.y2017.p574-563>
- Chairil Anwar Pohan dan Pohan. (2018). ANALISIS PENERAPAN PERENCANAAN PAJAK PENGHASILAN PASAL 21 SEBAGAI UPAYA PENGHEMATAN BEBAN PAJAK PENGHASILAN BADAN. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(0.1101/2021.02.25.432866), 1–15. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/1327/1042>
- Edi Riadi. (2016). *Statistika penelitian (analisis manual dan IBM SPSS)* (Th. Arie Prabawati (ed.)). <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=967848>
- Fitriana dan Wida. (2016). PENGARUH TINGKAT HUTANG DAN ARUS KAS AKRUAL TERHADAP PERSISTENSI LABA (STUDI PADA PERUSAHAAN PROPERTY AND REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2010-2014). *Analisis Kesejahteraan Mustahiq Dan Non Mustahiq Perspektif Maqaashidus Syariah*, v(Syariah Economic, Zakat), 1–7.
- Hantono. (2018). *EVALUASI SISTEM PELUNASAN HUTANG*. 16.
- Hery. (2016). *Akuntansi dan Rahasia Dibaliknya*.
- Hutauruk. (2017). *Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas*. <http://repository.stiemahardhika.ac.id>
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Badan Penebit Universtas Diponegoro. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=K8g3CywAAAAJ&citation_for_view=K8g3CywAAAAJ:ULOm3_A8WrAC
- Kasiono dan Fachrurrozie. (2016). Determinan Persistensi Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei <https://doi.org/10.15294/aaj.v5i1.9760>., “Determinan Persistensi Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei.” 2016. *Accounting Analysis Journal* 5 (1): 1–8. *Accounting Analysis Journal*, 5(1), 1–8.
- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan. *Jurnal Productivity*, 2(2), 169–170.
- Keiso et al. (2017). Analisis Kemampuan Informasi Laba dan Arus Kas dalam Memprediksi Arus Kas Masa Depan. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 132. <https://doi.org/10.20473/baki.v5i2.21400>
- Khasanah dan Jasman. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 18(2), 187–192.
- Mamduh dan Abdul. (2018). PENGARUH RASIO LEVERAGE(DER) DAN RASIO LIKUIDITAS(CR) TERHADAP KEBIJAKAN DEVIDEN. *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE*, 120(11), 259.
- Mamduh M. Hanafi. (2016). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Kelima*. (UPP STIM Y). <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:qXNkWv8wVvIJ:https://onsearch.id/Author/Home%3Fauthor%3DMamduh%2BM%2BHanafi+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Munawir. (2016). *Analisa Laporan Keuangan* (Liberty (ed.); Edisi 14).
- Prihadi. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Putri dan Supatmi. (2016). Pengaruh Tingkat Hutang Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Persistensi Laba Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 15(2), 915–942.
- Romie Priyastama. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengelolaan Data dan Analisis Data*. Star Up.
- Sa'adah et al. (2016). Pengaruh Volatilitas Arus Kas, Besaran Akrua, dan Tingkat Hutang terhadap Persistensi Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Prosiding*, 136–147.
- Sarah et al. (2019). Pengaruh Arus Kas Kegiatan Operasi, Siklus Operasi, Ukuran Perusahaan Dan Tingkat Hutang Terhadap Persistensi Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Konstruksi Dan Bangunan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016). *Jurnal TAMBORA*, 3(1), 45–54. <https://doi.org/10.36761/jt.v3i1.184>
- Savitri dan Rahmawati. (2017). *p-ISSN 2086-3748*. 8(November), 64–79.
- Septavita. (2016). PENGARUH BOOK TAX DIFFERENCES, ARUS KAS OPERASI, TINGKAT HUTANG, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PERSISTENSI LABA (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2011 - 2013). *Jurnal Ekonomi*, May, 31–48. <http://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12620012/index.pdf>
- Siti Kurnia Rahayu. (2017). *Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Empiris UMKM Sektor Kerajinan Batik di Kota Yogyakarta)*. May.
- Subandar. (2018). Pengaruh Perbedaan Permanen dan Perbedaan Temporer terhadap Pertumbuhan Laba (Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2018). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 8(2), 1–8.
- Sugiyono. (2017). Pengaruh City Branding. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 67–75.

<https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>

Sukmawati Sukamulja. (2019). *Pengantar Pemodelan Keuangan Dan Analisis* (Andi Offset (ed.); Pasar Moda).

Uwuijbe dan Bernard. (2016). Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Pada Perusahaan Properti dan Real Estate. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(1), 49–61.

V Wiratna Sujawerni. (2017). *Analisis Laporan Keuangan Teori, Aplikasi, dan Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Press, 2017. http://digilib.itbwigalumajang.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3439%0A

Pengaruh Rekrutmen, Pendidikan, dan Penempatan Kerja yang Efektif Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan PT. Swing Indonesia

Michael Steven¹1, Gregorius Widiyanto²

¹Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹mkestvn26@gmail.com

²widilany11@yahoo.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Rekrutmen 1
Pendidikan 2
Penempatan Kerja yang Efektif 3
Efektivitas Kerja 4

Abstrak

Guna dari studi ini ialah agar mengetahui pengaruh rekrutmen, pendidikan, serta penempatan kerja pada efektivitas kerja, karyawan PT. Swing Indonesia. Sample riset berjumlah 100 orang. Pemungutan data dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner, dan SPSS versi 18 digunakan untuk mengolah data dalam riset ini. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dalam studi ini, yang meliputi metode pengumpulan data/informasi dan instrumen riset yang berhubungan dengan faktor yang akan diteliti. Uji validitas serta uji reliabilitas dengan *cronbach's alpha* digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik pengujian data. Uji analisis regresi linear berganda, uji R, uji T, serta juga uji F guna menguji hipotesis penelitian.

Hasil uji regresi linear berganda didapatkan persamaan $Y = 8,104 + 0,161 X_1 + 0,151 X_2 + 0,503 X_3$ artinya bila terdapat peningkatan/penurunan X_1 , X_2 , dan X_3 sebesar 1 point, jadi variable Y bisa mengalami peningkatan/penurunan sebesar 8,104, 0,161, 0,151, dan 0,503.

I. PENDAHULUAN

Bila dijelaskan bahwa (Sugandha, 2021) “Perusahaan atau organisasi membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dan pengetahuan di bidangnya masing-masing didalam menjalankan aktivitasnya”. Bila disebuah perusahaan mempunyai SDM yang tidak memadai, ada kemungkinan besar kinerjanya tidak akan memenuhi standar yang telah ditetapkan untuknya. Kesuksesan suatu perusahaan juga bisa dilihat berdasarkan efektivitas kerja karyawan di perusahaan tersebut. Kesuksesan suatu perusahaan juga bisa dilihat berdasarkan efektivitas kerja karyawan di perusahaan tersebut. Karena sumber daya manusia

berfungsi sebagai aset, bakat mereka perlu diajarkan dan dikembangkan. Agar setiap perusahaan berhasil sewaktu mencapai tujuannya.

Tentunya didalam suatu perusahaan, efektivitas kerja karyawan dipengaruhi beberapa factor, rekrutmen, Pendidikan, penempatan kerja, motivasi kerja, disiplin kerja, komitmen serta loyalitas.

Salah satu kunci perusahaan saat memilih Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, yaitu diproses rekrutmen. Perjalanan bisnis bisa memperoleh manfaat dari upaya rekrutmen yang menyaring dan memperoleh kandidat yang paling memenuhi syarat sesuai dengan kebutuhan spesifik setiap posisi dan keahlian yang dibutuhkan untuk sukses. Rekrutmen adalah bagian integral dari setiap organisasi, karena mempengaruhi apakah karyawan potensial tahu tentang perusahaan atau tidak. Keberhasilan rekrutmen didasarkan dari proses rekrutmen yang matang, guna meraih kinerja yang ideal. *Compositions* karyawan tidak boleh diabaikan, karena hal itu akan memprovokasi efek yang tidak diinginkan. Atau dengan kata lain, perusahaan mempekerjakan terlalu sedikit atau pekerja berkualitas buruk.

Tidak hanya proses rekrutmen yang penting, pendidikan juga termasuk hal yang harus dipertimbangkan dengan baik. Pendidikan adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan teoritis dan kemampuan pengambilan keputusan dalam kaitannya dengan tindakan untuk mencapai tujuan. Artinya pendidikan si pelamar juga sangat penting dan menentukan bahwa pendidikan dipersiapkan untuk seseorang agar memiliki bekal untuk siap tahu; serta mengenal masalah yang akan muncul dalam perjalanan hidup seseorang.

Ada juga penempatan kerja. Penempatan kerja yang salah juga akan menghambat efektivitas kerja karyawan. Beberapa hal yang ditimbulkan berupa keresahan, kurangnya tanggung jawab, motivasi kerja menurun, kekeliruan dalam menjalankan tugasnya, stres kerja, resign dan lain-lain. Oleh karena itu, metode perusahaan untuk menempatkan karyawan secara efektif sangat penting karena pemaparan harus dilakukan dengan benar dan hati-hati, yang menyiratkan bahwa tugas yang diberikan kepada karyawan harus proporsional dengan bidang kompetensinya. Kesesuaian antara bidang pekerjaan suatu posisi dan keterampilan karyawan adalah hal yang paling penting di seluruh aktivitas penempatan

Sebelum menempatkan karyawan, pertimbangkan juga faktor-faktornya, seperti pengalaman, prestasi akademik, kesehatan fisik dan mental, sikap, usia, dan status perkawinan. Agar karyawan bisa mendapatkan penempatan kerja yang layak dan sesuai dengan posisinya. Untuk menjaga keberlangsungan perusahaan diperlukan juga adanya efektivitas kerja. Efektivitas

kerja karyawan adalah faktor penting yang menjadi tolak ukur apakah perusahaan telah berhasil dalam melakukan pembagian kerja. Efektivitas itu sendiri, dipengaruhi oleh banyak sekali faktor, salah satunya penempatan kerja. Akan tetapi, dengan penempatan kerja saja tidak akan cukup tanpa adanya campur tangan manusia sebagai alat yang mengelola kegiatan kerja yang merupakan sumber daya paling penting dari sumber daya yang lain.

Rumusan Masalah

Berdasarkan konflik yang terjadi, maka bisa dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Apakah Rekrutmen secara individu dapat berpengaruh terhadap Efektivitas Kerja karyawan PT Swing Indonesia?
2. Apakah Pendidikan secara individu dapat berpengaruh terhadap Efektivitas Kerja karyawan PT Swing Indonesia?
3. Apakah Penempatan Kerja yang efektif secara individu dapat berpengaruh terhadap Efektivitas Kerja karyawan PT Swing Indonesia?
4. Apakah Rekrutmen, Pendidikan, serta Penempatan Kerja yang efektif secara bersama-sama terhadap Efektivitas Kerja karyawan PT Swing Indonesia?

Tujuan Penelitian

Tujuan studi yang didapatkan dari PT. Swing Indonesia yaitu yakni :

1. Agar bisa mengetahui seberapa besar pengaruh rekrutmen terhadap efektivitas kerja karyawan PT Swing Indonesia
2. Agar bisa mengetahui seberapa besar pengaruh pendidikan terhadap efektivitas kerja karyawan PT Swing Indonesia.
3. Agar bisa mengetahui seberapa besar pengaruh penempatan kerja yang efektif terhadap efektivitas kerja karyawan PT Swing Indonesia
4. Agar bisa mengetahui seberapa besar pengaruh rekrutmen, pendidikan, serta penempatan kerja yang efektif secara bersama-sama terhadap efektivitas kerja karyawan PT Swing Indonesia.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Sumber Daya Manusia

Bagi (Hasibuan, 2019) berkata kalau :

“Manajemen sumber daya manusia (SDM) telah didefinisikan sebagai ilmu dan seni mengelola hubungan dan juga tanggung jawab tenaga kerja untuk menjadi sukses serta efisien saat mewujudkan tujuan perusahaan, karyawan, dan juga masyarakat”.

Rekrutmen

Bagi (Widya, 2021) berkata kalau :

“Rekrutmen adalah prosedur yang digunakan untuk menemukan pekerjaan yang fantastis dengan kemampuan, keterampilan, dan keahlian yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk memenuhi tuntutan SDM yang diantisipasi”.

Pendidikan

Bagi Todaro yang dikutip dari (Widyastuti, 2020) berkata kalau :

“Pendidikan membantu negara-negara berkembang menyerap teknologi baru serta membangun kapasitas pertumbuhan dan juga pembangunan yang berkelanjutan. Orang yang memiliki pendidikan tinggi memiliki sikap, pola pikir, dan perilaku yang berbeda. Pendidikan berkualitas lebih baik, dan bakat pelengkap membantu mereka mendapatkan lebih banyak”.

Penempatan Kerja

Bagi Yulizar yang dikutip dari (Muliani, 2018) berkata kalau :

"Menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan kerja individu adalah akibat langsung dari penempatannya dalam peran yang paling baik memanfaatkan keterampilan dan kemampuannya dan, sebaliknya, kepuasan tersebut menurun ketika individu salah tempat dalam peran. Beberapa pekerja masih tidak melakukan pekerjaan mereka sesuai dengan tingkat pendidikan dan kurangnya pengalaman, dan kebiasaan buruk mudah terbentuk di tempat kerja”.

Efektivitas Kerja

Pada hakikinya, istilah "efektivitas" berkaitan dengan tingkat kinerja, yang sering dinyatakan dalam istilah efisiensi. Sebenarnya, ada perbedaan antara keduanya: efektivitas kerja mengacu pada tindakan yang diambil dengan cara yang menjamin tercapainya tujuan perusahaan.

Melaksanakan tugas dan kewajiban di tempat kerja secara efektif sangat penting. Dengan memodifikasi untuk mengelola pekerjaan secara efektif dan efisien, karyawan dapat memastikan bahwa pelaksana tugas memahaminya. Setiap pelaksanaan pekerjaan merupakan salah satu tujuan dari efektivitas kerja. Jika pekerjaan dilakukan dalam kondisi yang dituntut oleh tugas, efektivitas kerja dapat dicapai. Akan lebih mudah untuk membagi pekerjaan setelah aturan ditetapkan. Kompetensi setiap pegawai tidak diragukan lagi berkorelasi dengan pembagian kerja.

III. METODE

Jenis Penelitian

Riset ini mengambil metode penelitian kuantitatif yang bertujuan guna menguji hipotesis mengenai hubungan sebab-akibat diantara variabel rekrutmen, pendidikan, penempatan kerja dan efektivitas kerja karyawan. Penelitian kuantitatif didasarkan pada angka pasti sehingga dapat disatukan dan juga lebih mudah dibaca dan dipahami oleh peneliti. (Arikunto, 2019)

Objek Penelitian

Objek studi ini adalah PT. Swing Indonesia yang berlokasi di Kawasan Industri Modern Cikande Jl. Industri Modern 1 No. 12 kecamatan di Cikande, Kot. Serang, Banten - 42186 Indonesia.

Jenis Data

Berkas *information* yang dipakai yang dihitung, *describing*, serta diukur dalam bentuk *number*.

Sumber Data

Data Source yang dipakai sebuah *file*, referensi jurnal serta catatan lain. Data penelitian dari PT. Swing Indonesia.

Populasi

Individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau objek studi lain dengan karakteristik yang sama dikumpulkan menjadi kelompok yang lebih besar yang disebut populasi (Handayani, 2020). Populasi dalam studi ini adalah 130 orang.

Sample

Menggunakan rumus Slovin, peneliti bisa mendapatkan ukuran *sample* berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Besaran sample

N = Besaran *population*

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

Teknik analisis data

Methods yang dipilih untuk topik ini adalah teknik menetapkan bantuan SPSS.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa baik bisa memaparkan perbedaan *variable* dependen. Koefisien determinasi mempunyai nilai diantara 0 dan 1, artinya ialah variabel bebas tidak dapat menjelaskan perbedaan antar variabel dengan baik.

Uji Parsial (Uji-T)

Untuk menguji bagaimana rata-rata satu kelompok menumpuk terhadap rata-rata kelompok lain, uji T dilakukan. Kolom signifikan di setiap t-hitung digunakan untuk membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel, memungkinkan penggunaan tes.

Uji Simultan (Uji-F)

Uji F berusaha mencari tahu apakah *variable* independen mempengaruhi *variable* dependen secara simultan (pada waktu yang sama). Uji F digunakan guna mengerti pengaruh semua faktor independen pada *variable* dependen. Persentase yang dipakai yaitu 0,5 atau 5%. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ jadi bisa diasumsikan ternyata *variable* independen memiliki pengaruh ke variabel dependen secara bersamaan. (Ghozali, 2018)

IV. HASIL

1. Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8,104	4,335		1,870	,065		
Rekrutmen	,161	,101	,144	1,594	,114	,723	1,383
Pendidikan	,151	,098	,160	1,541	,127	,547	1,827
Penempatan Kerja	,503	,105	,468	4,797	,000	,621	1,611

a. Dependent Variable: Efektivitas Kerja

- a. Variabel Rekrutmen (X1) terhadap Efektivitas Kerja PT. Swing Indonesia secara parsial tidak memiliki pengaruh dan tidak adanya signifikan dimana nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1,594 < 1,6608$ dan nilai signifikan variabel Rekrutmen sebesar $0,114 < 0,05$ (taraf signifikan).

- b. Variabel Pendidikan (X2) terhadap Efektivitas Kerja PT. Swing Indonesia secara parsial tidak memiliki pengaruh dan tidak adanya signifikan dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,541 < 1,66088$ dan nilai signifikan sebesar $0,127 > 0,05$ (taraf signifikan).
- c. Variabel Penempatan Kerja yang Efektif (X3) terhadap Efektivitas Kerja PT. Swing Indonesia secara parsial memiliki pengaruh positif secara signifikan dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,797 > 1,66088$ dan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikan).

2. Uji Stimultan (Uji-F)

Table 6. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1094,644	3	364,881	24,510	,000 ^a
	Residual	1429,146	96	14,887		
	Total	2523,790	99			

a. Predictors: (Constant), Penempatan Kerja, Rekrutmen, Pendidikan

b. Dependent Variable: Efektivitas Kerja

Nilai F_{hitung} 24,510 > F_{tabel} 2,70 serta nilai sig 0,000 < nilai probabilitas 0,05 jadi bisa disimpulkan hipotesis diterima atau bahasa lainnya Rekrutmen (X1), Pendidikan (X2), serta Penempatan Kerja (X3) secara stimultan berpengaruh terhadap Efektivitas Kerja (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,659 ^a	,434	,416	3,858

a. Predictors: (Constant), Penempatan Kerja, Rekrutmen, Pendidikan

b. Dependent Variable: Efektivitas Kerja

Nilai KD yang diperoleh adalah 41,6% yang berarti bahwa variabel (X1,X2,X3) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 41,6% terhadap variabel Efektivitas Kerja (Y), sedangkan sisanya sebesar $100 - 41,6\% = 58,4\%$.

V. KESIMPULAN

1. Berdasarkan pengujian Uji T, menunjukkan bahwa variabel independen Rekrutmen terbukti tidak ada pengaruh dan tidak adanya signifikan terhadap Efektivitas Kerja pada PT. Swing Indonesia. Bisa dilihat dari variable Rekrutmen mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga $0,000 < 0,05$ atau dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,594 > 1,66088$.
2. Berdasarkan pengujian hasil Uji T, menunjukkan bahwa variabel independen Pendidikan terbukti tidak ada pengaruh dan tidak adanya signifikan terhadap Efektivitas Kerja pada PT. Swing Indonesia. Bisa dilihat dari variable Pendidikan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga $0,000 < 0,05$ atau dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,541 > 1,66088$.
3. Berdasarkan pengujian dari hasil Uji T, menunjukkan bahwa variabel indenpenden Penempatan Kerja terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Efektivitas Kerja pada PT. Swing Indonesia. Bisa dilihat dari variable Pendidikan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga $0,000 < 0,05$ atau dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,797 > 1,66088$.
4. Berdasarkan pengujian dari hasil Uji T, menunjukkan bahwa variabel indenpenden Penempatan Kerja terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Efektivitas Kerja pada PT. Swing Indonesia. Bisa dilihat dari variable Pendidikan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga $0,000 < 0,05$ atau dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,797 > 1,66088$.
5. Berdasarkan pengujian hasil Uji F, menunjukkan bahwa variabel indenpenden Rekrutmen, Pendidikan, dan Penempatan Kerja terhadap Efektivitas Kerja Karyawan di PT. Swing Indonesia terbukti berpengaruh secara simultan dan diterima. Bisa dilihat dari Nilai $F_{hitung} 24,510 > F_{tabel} 2,70$ dan nilai sig $0,000 < \text{nilai probabilitas } 0,05$.

Saran

Untuk meningkatkan proses rekrutmen dapat dilakukan dengan cara memberikan pengembangan dan pelatihan SDM serta melakukan proses rekrutmen yang baik dan benar agar karyawan mampu berkembang dan kompeten sesuai dengan syaraf yang berlaku di perusahaan.

Terkait soal pendidikan juga perlu diperhatikan dalam menentukan penempatan jabatan untuk karyawan yang memiliki *skill* dan berpengalaman dibidangnya karena karyawan yang bekerja sesuai bidangnya akan lebih efisien dan menunjang efektivitas kerja karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya serta juga membantu perusahaan dalam mencapai tujuan.

Prosedur penempatan kerja juga penting karena membantu organisasi dalam menentukan individu yang memenuhi syarat yang perlu direkrut. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa organisasi hanya dapat mencapai tujuannya jika personelnya ditempatkan dengan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. *Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 8.
- Handayani. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. *Yogyakarta: Trussmedia Grafika*.
- Hasibuan. (2019). Pengertian Sumber Daya Manusia. *Journal of Human Resources Information and Modeling*, 10-53.
- Muliani. (2018). Analisis Penempatan, Motivasi Kerja dan Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4.
- Sugandha. (2021). Analisis Disiplin Kerja, Kecepatan, Dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan PT Culletprima Setia Tangerang. *Vol. 5 No. 1 (2022): eCo-Buss, IV(2)*, 107-108.
- Widya, A. E. (2021). PENGARUH PROSES REKRUTMEN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT PERENTJANA DJAJA KALIMANTAN SELATAN. *JIEB :JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS*, 35.
- Widyastuti. (2020). Tingkat Pendidikan di Indonesia. *Seminar Pendidikan Karakter*, 1-12.
- ARIKUNTO. (2019). PROSEDUR PENELITIAN SUATU PENDEKATAN PRAKTIK. *JAKARTA : RINEKA CIPTA*, 21.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. *Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 1-8.
- Ghozali. (2018). SCS Business Mathematics and Statistics, Management Dept. *Binus Business School Undergraduate Program*, 1.

Pengaruh Insentif Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada KPP Pratama Tangerang Barat)

Theresia Imanuel Setiawan^{1)*}, Suhendra²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾imaanuel_theresia@yahoo.com

²⁾suhendra.suhendra@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Insentif Pajak
Sosialisasi Perpajakan
Pelayanan Fiskus
Kepatuhan Wajib Pajak

Abstrak

Riset ini bermaksud untuk menelusuri pengaruh secara parsial dan simultan dari setiap variabel. Penelitian ini memakai tiga variabel bebas antara lain insentif pajak, sosialisasi perpajakan dan pelayanan fiskus serta satu variabel terikat yaitu kepatuhan wajib pajak. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dan memakai metode *purposive sampling* dengan responden yang berjumlah 100 wajib pajak orang pribadi yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tangerang Barat. Data peneliti diolah dengan program *SPSS statistics* versi 25. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa insentif pajak dan sosialisasi perpajakan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi, sedangkan pelayanan fiskus tidak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Sedangkan hasil uji f (simultan) insentif pajak, sosialisasi perpajakan, serta pelayanan fiskus berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

I. PENDAHULUAN

Pajak adalah pendapatan negara bersumber dari wajib pajak yang punya NPWP serta memperoleh pendapatan di atas penghasilan tidak kena pajak, maka patut melunasi kewajibannya untuk menanggung segala biaya yang diperlukan pemerintah untuk kebutuhan negara. Negara Indonesia menganut sistem self assesment artinya pemerintah memberi kewenangan terhadap masyarakat dalam mendaftar, menghitung, membayar, dan melaporkannya secara individu besarnya pajak terutang sesuai ketentuan. Namun semenjak adanya *covid-19*, setiap negara mengalami masalah. Negara Indonesia merupakan negara yang terserang *covid-19* sejak akhir tahun 2019. *Covid-19* adalah bencana nasional yang memberikan dampak terhadap sektor perekonomian negara secara global, salah satunya pada sektor perpajakan. Menteri Keuangan mengeluarkan PMK nomor 23 tahun 2020 tanggal 21 Maret mengenai insentif pajak kepada wajib pajak akan dampak *covid-19* (Lubis, 2020). Insentif pajak sangat membantu menjaga *cash*

flow melalui pajak penghasilan yang pemerintah tanggung dan pemerintah mengharapkan adanya insentif pajak mampu meminimalkan dampak dari *covid-19*. Tahun 2020 sebanyak 463.316 wajib pajak menerima insentif pajak dari pemerintah dan data per 17 Mei 2021 sebanyak 300.000 wajib pajak menerima insentif pajak (Suryani Suyanto dan Associates, 2021).

Rasio kepatuhan wajib pajak terus meningkat saat penyampaian Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) tahun 2020 sebesar 77.63% menjadi 84% tahun 2021. Menurut data Ditjen Pajak (DJP), per 31 Desember 2021 tercantum pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) 2020 sampai 15,97 juta. Total wajib pajak terdaftar wajib SPT sampai 19 juta. Berdasarkan total pelaporan tersebut rasio kepatuhan wajib pajak tahun 2021 telah mencapai target pelaporan yang sudah ditentukan. Atas Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) tahun 2021 yang disampaikan tahun 2022, Direktorat Jenderal Pajak menargetkan kepatuhan wajib pajak sebesar 80% (Wildan, 2022).

Berdasarkan hasil realisasi penerimaan pajak telah melebihi target yang diharapkan dan tingkat kepatuhan wajib pajak mengalami peningkatan pada KPP Pratama Tangerang Barat. Pernyataan tersebut dapat dibuktikan melalui tabel 1 dan tabel 2.

**Tabel 1 Target dan Realisasi Penerimaan Pajak
KPP Pratama Tangerang Barat Tahun 2019-2021**

Tahun	Target Penerimaan	Realisasi Penerimaan	Persentase Penerimaan Pajak
2019	Rp 4,749,457,372,000	Rp 5,055,227,321,677	106%
2020	Rp 4,148,387,627,000	Rp 4,971,845,937,306	120%
2021	Rp 3,579,297,572,000	Rp 4,223,268,498,352	118%

(Sumber: Data KPP Pratama Tangerang Barat, diolah)

Pada tabel 1 menjelaskan bahwa realisasi perpajakan KPP Pratama Tangerang Barat dari tahun 2019 sampai 2021 melebihi target penerimaan yang telah diharapkan. Hal ini bisa terjadi karena wajib pajak telah berpartisipasi dalam pengamanan penerimaan pajak KPP Pratama Tangerang Barat dan telah menunjukkan komitmen wajib pajak yang patuh dalam menjalankan hak beserta kewajiban perpajakan sehingga mencapai target penerimaan.

Tabel 2 Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Tahun 2019 - 2021

Tahun	Jumlah Wp Terdaftar	Wajib Pajak Terdaftar Wajib SPT	Jumlah Penyampaian SPT	Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak
2019	364,829	107,032	85,897	80%
2020	400,016	92,214	97,428	106%
2021	420,603	99,094	104,508	105%

(Sumber: Data KPP Pratama Tangerang Barat, diolah)

Pada tabel 2 menjelaskan bahwa rasio kepatuhan wajib pajak orang pribadi tahun 2019-2020 mengalami peningkatan. Namun tahun 2021 mengalami penurunan satu persen walaupun tingkat kepatuhannya melebihi 100%. Masyarakat patuh sebagai wajib pajak orang pribadi terjadi karena terdapat suatu dorongan yaitu sosialisasi perpajakan. Alasan menggunakan sosialisasi perpajakan sebagai variabel bebas dalam riset ini yaitu: (a) karena menurut teori atribusi, sosialisasi yaitu salah satu aspek pendorong seseorang dalam meningkatkan sikap taat ataupun patuh terhadap suatu kewajiban, (b) melihat bahwa penerapan sosialisasi perpajakan masih belum merata karena adanya *covid-19* sehingga jumlah orang yang boleh berkumpul terbatas dan terbatasnya sarana prasarana pendukung wajib pajak ikut serta sosialisasi sehingga tidak semua wajib pajak bisa berpartisipasi dalam melakukan pelaksanaan sosialisasi dari Direktorat Jenderal Pajak maupun Kantor Pelayanan Pajak.

Pelayanan fiskus adalah pemberian layanan (melayani) berupa pemberian penjelasan mengenai proses dalam membayar pajak. Tugas pelayanan fiskus yaitu menolong wajib pajak dalam

memenuhi kewajiban pajaknya, serta melindungi kerahasiaan data milik wajib pajak dan mampu mempersembahkan kenyamanan bagi wajib pajak serta memperoleh peningkatan kepatuhan wajib pajak.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Atribusi

Fritz Heider yaitu penemu teori atribusi pada tahun 1958. Fritz Heider terkenal sebagai bapak teori atribusi. Kemudian Harold Kelley mengembangkan teori atribusi. Menurut (Heider, 1958) teori atribusi adalah teori yang menerangkan apakah tingkah laku individu itu dipengaruhi oleh faktor eksternal atau faktor internal. Faktor internal merupakan tingkah laku bersumber dari diri sendiri yang dikendalikan dalam keadaan sadar. Sedangkan faktor eksternal merupakan tingkah laku bersumber dari luar, berarti tingkah laku individu terpaksa karena keadaan, seperti terdapat teguran dari pemerintah setempat untuk menyelesaikan pembayaran pajak dengan tidak terlambat. Faktor eksternal dalam riset ini antara lain insentif pajak dan sosialisasi perpajakan. Sedangkan pelayanan fiskus adalah campuran antara faktor internal dan faktor eksternal.

Pajak

Menurut Prof. Adriani dalam (Prastowo, 2009:7-8) pajak yaitu iuran dari wajib pajak akan negara (yang memaksa) dan wajib dibayar berlandaskan peraturan yang berlaku, tanpa memperoleh imbalan dan berfungsi untuk berbagai keperluan umum berkaitan dengan tugas negara.

Menurut Rochmat Soemitro dalam (Prastowo, 2009:8) pajak yaitu iuran dari warga negara untuk kas negara berlandaskan hukum yang berlaku (memaksa) tanpa memperoleh imbalan serta berfungsi untuk menanggung macam-macam pengeluaran negara.

Pajak juga mempunyai ciri-ciri yaitu:

1. Pajak ditentukan berdasarkan Undang-Undang Dasar yang berlaku.
2. Tidak ada timbal balik langsung yang dapat ditunjukkan.
3. Pajak diambil oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah.
4. Pajak berguna bagi keperluan negara demi kemakmuran rakyat.

Selain ciri-ciri, pajak juga mempunyai fungsi. Fungsi pajak antara lain fungsi anggaran dan fungsi mengatur. Selain fungsi pajak, pada tahun 2022 pemerintah menaikkan tarif pajak. Berikut adalah tarif pajak yang naik dan sudah resmi diberlakukan tahun 2022:

1. Pajak pertambahan nilai (PPN) yang awalnya 10% menjadi 11%.
2. Lapisan penghasilan kena pajak yang awalnya 4 menjadi 5 lapisan penghasilan kena pajak antara lain: (a) Rp 0 – Rp 60.000.000 tarif pajak 5%, (b) Rp 60.000.000 – Rp 250.000.000 tarif pajak 15%, (c) Rp 250.000.000 – Rp 500.000.000 tarif pajak 25%, (d) Rp 500.000.000 – Rp 5.000.000.000 tarif pajak 30%, dan (e) Rp 5.000.000.000 ke atas, tarif pajak 35%.
3. Cukai rokok.

Insentif Pajak

Insentif pajak merupakan bantuan pemerintah berupa manfaat pajak terhadap pelaku sektor tertentu yang tujuannya agar aktivitas atau kegiatan ekonomi (yang sudah ditentukan) dapat berjalan serta berkembang ke arah yang positif (Rahmawati, 2020) Insentif pajak merupakan salah satu program pemerintah agar dapat memulihkan kondisi perekonomian nasional yang terjadi akibat *covid-19*.

Menurut Arif Yudha Bagaskara R (2021) insentif pajak merupakan bantuan pemerintah melewati fungsi pajak pada suatu aktivitas khusus seperti bantuan dana untuk aktivitas yang bermutu.

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi yaitu cara belajar berinteraksi dengan orang lain perihal pola pikir serta perbuatan untuk menciptakan implikasi sosial yang efisien (Listya dan Limajatini, 2022). Sosialisasi perpajakan yaitu cara Direktorat Jenderal Pajak untuk menyampaikan penjelasan tentang peraturan serta aktivitas yang berhubungan mengenai perpajakan supaya masyarakat umum terutama wajib pajak dapat menjalankannya.

Menurut (Aprilia *et al.*, 2020) sosialisasi perpajakan yaitu suatu usaha untuk menyampaikan informasi akan perpajakan dengan tujuan supaya individu maupun kelompok mengerti mengenai perpajakan sehingga kepatuhan wajib pajak dapat meningkat.

Menurut (Suarni dan Marlina, 2019) sosialisasi perpajakan yaitu salah satu cara yang Ditjen Pajak kerjakan untuk menyampaikan wawasan kepada wajib pajak dan masyarakat supaya memahami hal-hal apa saja mengenai kebijakan perpajakan.

Pelayanan Fiskus

Pelayanan fiskus menurut surat edaran nomor SE-84/PJ/2011 yaitu jasa petugas pajak berikan kepada wajib pajak dalam melaksanakan pembayaran pajak. Pelayanan Fiskus yaitu orang ataupun badan yang mempunyai keahlian, pengetahuan serta pengalaman mengenai perpajakan dan bertugas memungut pajak kepada wajib pajak guna untuk pembangunan nasional serta biaya keperluan lainnya.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak menurut Direktorat Jenderal Pajak yaitu sikap loyalitas wajib pajak dalam mengerjakan serta melengkapi kewajiban perpajakan.

Menurut keputusan Menteri keuangan No 544/KMK.04/2000, kepatuhan wajib pajak merupakan perbuatan wajib pajak yang selaras dengan peraturan undang-undang yang resmi dalam suatu negara dalam pemenuhan perpajakannya. Dalam kepatuhan wajib pajak terdapat 2 jenis yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan materiil.

III. METODE

Riset ini memakai penelitian kuantitatif serta memakai dua data yaitu data primer (melalui kuesioner menggunakan *g-form* dan wawancara) dan data sekunder (metode tinjauan kepustakaan).

Populasi

Populasi riset ini adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Tangerang Barat dengan total seluruh populasi yaitu 420.630.

Sampel

Sampel riset ini memakai metode *purposive sampling* dan teknik *non random sampling* bertujuan supaya responden tersebut adalah orang yang layak dan tepat untuk dijadikan sampel sesuai dengan karakter tertentu sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. Kriteria yang digunakan:

1. Mempunyai NPWP Orang Pribadi.
2. NPWP terdaftar di KPP Pratama Tangerang Barat.
3. Mengisi semua kuesioner dengan lengkap.

Riset ini memakai rumus slovin antara lain:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{420.630}{1 + (420.630) \cdot (0,1)^2} = 100$$

Melalui perhitungan tersebut, hasil sampel yang menjadi target riset ini yaitu 99,8 atau 100 wajib pajak orang pribadi karena dibulatkan yang berperan mewakili seluruh populasi yang telah tercantum.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu sistem penelitian yang dikenakan untuk menerima fakta akan variabel yang diteliti (Herijawati dan Anggraeni, 2018). Adapun pendukung data penelitian berasal dari referensi buku serta jurnal-jurnal yang memiliki kaitannya dengan topik penelitian ini.

Koefisien Determinasi (R^2)

(Ghozali, 2018) menyatakan koefisien determinasi (R^2) adalah alat ukur untuk mengukur jauh keahlian model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Jika angka tersebut mendekati satu artinya variabel bebas yang diuji hampir memberikan seluruh informasi yang diperlukan. Nilai koefisien yang memakai dua variabel atau lebih dapat ditilik berdasarkan nilai *adjusted r-square*. Sedangkan nilai koefisien yang memakai satu variabel dapat ditilik berdasarkan nilai *r square*.

Uji Signifikan Parsial (uji t)

Uji t berfungsi untuk mendapati pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap kepatuhan wajib pajak (variabel terikat) dalam penelitian ini. Hasil uji t dapat ditilik melalui nilai t hitung yang diperbandingkan dengan t tabel serta melalui nilai signifikan. Dalam penelitian ini telah diperoleh nilai t tabel yaitu 1.66088.

Uji F Simultan

Uji f berperan menganalisis seluruh variabel, apakah model regresi variabel bebas memiliki pengaruh signifikan akan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan uji f simultan ada 2 (dua) acuan yang dapat dipakai yaitu nilai signifikansi (Sig.) serta menilai antara nilai f hitung dan f tabel.

IV. HASIL

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 ^a	.346	.326	2.506

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Fiskus (X3), Insentif Pajak (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2)

b. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Sumber: Output SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat mengambil kesimpulan sebesar 0.326 yang merupakan angka *adjusted r square*. Hal ini menjelaskan bahwa kepatuhan wajib pajak sebesar 32.6% dipengaruhi dari ketiga variabel bebas pada penelitian ini dan 67.4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.805	2.201		3.092	.003
Insentif Pajak (X1)	.267	.114	.246	2.333	.022
Sosialisasi Perpajakan (X2)	.338	.121	.322	2.804	.006
Pelayanan Fiskus (X3)	.121	.114	.114	1.060	.292

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Sumber: Output SPSS Versi 25

a. Pengaruh insentif pajak terhadap kepatuhan wajib pajak

Nilai signifikan pada variabel bebas ini yaitu $0.022 < 0.05$ serta nilai t hitung $2.333 > t$ tabel 1.66088 berarti insentif pajak (X1) ada pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

b. Pengaruh sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Nilai signifikan pada variabel bebas ini yaitu $0.006 < 0.05$ serta nilai t hitung $2.804 > t$ tabel 1.66088 berarti sosialisasi perpajakan (X2) ada pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

c. Pengaruh pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak.

Nilai signifikan pada variabel bebas ini yaitu $0.292 > 0.05$ serta nilai t hitung $1.060 < t$ tabel 1.66088 berarti pelayanan fiskus (X3) tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

3. Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.628	3	106.543	16.959	.000 ^b
	Residual	603.122	96	6.283		
	Total	922.750	99			

a. Dependent Variable: Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

b. Predictors: (Constant), Pelayanan Fiskus (X3), Insentif Pajak (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2)

Sumber: Output SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji f dapat mengambil kesimpulan bahwa pada penelitian ini seluruh variabel yang dipakai, nilai signifikan $0.000 < 0.05$ serta nilai f hitungnya 16.959. Hasil ini mempunyai arti bahwa keseluruhan variabel berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

V. KESIMPULAN

1. Insentif pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terjadi karena pemerintah telah membantu wajib pajak dengan meringankan beban pajak seperti beberapa penghapusan sanksi administrasi atas terlambat pelaporan dan pembayaran pajak selama adanya *covid-19*. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga arus kas negara serta memulihkan perekonomian negara. Dengan adanya bantuan dari pemerintah membuat wajib pajak merasa bahwa mendapat kelonggaran membayar pajak akan kondisi perekonomian saat ini, sehingga dengan demikian wajib pajak akan menjalankan kewajibannya kembali dengan taat membayar pajak.
2. Sosialisasi perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini terjadi karena wajib pajak di wilayah KPP Pratama Tangerang Barat sudah mendapatkan sosialisasi secara berkala yang cukup dari Dirjen Pajak. Hal tersebut dilakukan untuk mempengaruhi minat dan membentuk sikap wajib pajak secara luas mengenai kepentingan pajak dan memahami kebijakan perpajakan. Wajib pajak dapat lebih mengerti prosedur perhitungan pajak dengan benar, memahami pentingnya manfaat pajak serta secara sukarela membuat wajib pajak menjalankan tanggung jawab membayar pajak tanpa adanya paksaan dari pemerintah melalui adanya sosialisasi perpajakan.
3. Pelayanan fiskus tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini membuktikan bukan dengan pelayanan fiskus yang baik saja sanggup menaikkan kepatuhan wajib pajak. Namun, dapat terjadi dikarenakan kondisi negara terus mengalami perkembangan teknologi informasi sehingga petugas pajak terus berusaha melakukan pelayanan perpajakan mengikuti perkembangan negara dengan menyediakan fasilitas online seperti *e-spt*. Tetapi nyatanya, wajib pajak yang sudah mengerti cara memakai *e-spt* masih belum banyak sebab untuk mengisi formulir Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) manual masih banyak mengalami kesusahan. Petugas pajak perlu melakukan berbagai kebijakan untuk menangani permasalahan tersebut sehingga kepatuhan wajib pajak dapat kembali meningkatkan.
4. Insentif pajak, sosialisasi perpajakan dan pelayanan fiskus secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini membuktikan apabila bertambah meningkat insentif pajak, sosialisasi perpajakan dan pelayanan fiskus bertambah meningkatnya tingkat kepatuhan wajib pajak saat membayar serta melaporkan pajak.

Saran

1. Hasil riset ini berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi untuk melakukan penelitian baru.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel bebas serta menambah luas penelitian, bukan hanya dari satu KPP saja agar penelitian lebih akurat.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan jumlah responden. Jika menambah jumlah responden memungkinkan adanya perbedaan hasil penelitian.
4. Pihak Direktorat Jenderal Pajak terus meningkatkan pelayanan supaya kepatuhan wajib pajak dapat lebih meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, S. *et al.* (2020). Pengaruh Sosialisasi dan Pemahaman Peraturan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus KPP Pratama Serpong). *Proceedings Universitas Pamulang*, 1(1), 158–165.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25, Edisi

- Kesembilan. *Semarang: Penerbit Undip*, 1–490.
- Heider, F. (1958). The naive analysis of action. *The psychology of interpersonal relations*, 79–124. John Wiley & Sons Inc.
- Herijawati, E., dan Anggraeni, D. (2018). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan dan Kemudahan Perhitungan dan Pembayaran Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Kewajiban Perpajakan Pada Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Kecamatan Neglasari. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 103–124.
- Listya, T., dan Limajatini. (2022). Pengaruh Pengetahuan Pajak , Sosialisasi Pajak , dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penggiat UMKM di Kecamatan Periuk ., 1(2).
- Lubis, A. S. P. (2020). Mengenal Insentif Pajak di Tengah Wabah Covid-19. *www.pajak.go.id*. Retrieved November 24, 2021, from <https://www.pajak.go.id/id/artikel/mengenal-insentif-pajak-di-tengah-wabah-covid-19>
- Prastowo, yustinus. (2009). *Panduan Lengkap Pajak*. (R. Armando, Ed.). Jakarta: Raih Asa Sukses.
- R, A. Y. B. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Artikel Ilmiah*, 1–14.
- Rahmawati, S. (2020). Pengertian Insentif Pajak dan Tata Cara Pengajuannya. *www.hadi.co.id*. Retrieved November 24, 2021, from <https://www.hadi.co.id/resources/pengertian-insentif-pajak-dan-tata-cara-pengajuannya>
- Suarni, dan Marlina. (2019). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Kualitas Pelayanan Pajak, Dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kpp Pratama Padang Satu. *Academic Conference of Accounting I, 1*, 399–414.
- Suryani Suyanto dan Associates. (2021). Kemenkeu Klaim Insentif Perpajakan Bermanfaat untuk Masyarakat Terdampak Covid-19. *www.ssas.co.id*. Retrieved April 7, 2022, from <https://www.ssas.co.id/kemenkeu-klaim-insentif-perpajakan-bermanfaat-untuk-masyarakat-terdampak-covid-19/>
- Wildan, M. (2022). Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Capai 84% Per Akhir 2021. *www.news.ddtc.co.id*. Retrieved June 23, 2022, from <https://news.ddtc.co.id/rasio-kepatuhan-wajib-pajak-capai-84-per-akhir-2021-35875>

Pengaruh Arus Kas Operasi, Hutang Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Persistensi Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food And Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2021)

Sarah Romauli^{1)*}, David Kiki Baringin MT Samosir²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾sarahromauli27@gmail.com

²⁾davidkikisamosir@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Arus Kas Operasi
Tingkat Hutang
Ukuran Perusahaan
Persistensi Laba

Abstrak

Persistensi laba ialah suatu cerminan keuntungan perusahaan dikala ini yang jadi cerminan keuntungan pada waktu mendatang. Aspek ini ialah sebagai faktor untuk penanam modal guna melaksanakan pemodalannya di suatu perusahaan, seperti disektor *food and beverage*. Tujuan riset ini guna mengetahui serta menganalisa bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu arus kas operasi, hutang dan juga ukuran perusahaan terhadap variabel terikat yaitu persistensi laba pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021. Arus kas operasi, hutang serta ukuran perusahaan yang merupakan variabel bebas pada penelitian ini secara parsial serta secara simultan berpengaruh pada persistensi laba. Industri *food and beverage* wajib mencermati beberapa variabel supaya bisa memberikan kenaikan keuntungan perusahaan secara signifikan sehingga bisa menarik penanam modal guna berinvestasi.

I. PENDAHULUAN

Informasi finansial ialah informasi akuntansi terutama yang mengontrol semua pembedahan finansial industri. Banyak pelakon bidang usaha yang tengah belum menguasai berartinya informasi finansial untuk industri mereka. Informasi finansial ialah produk akhir dari cara akuntansi yang bisa dipakai sebagai perlengkapan data guna mengkomunikasikan informasi finansial ataupun kegiatan industri pada pihak- pihak yang bersangkutan dengan informasi ataupun kegiatan itu.

Pembuatan informasi finansial membutuhkan bermacam penilaian, antara lain arus kas yang tercantum dalam asset serta pinjaman yang tercantum dalam liabilitas. Kedua aspek ini mempunyai akibat yang penting kepada informasi finansial, sebab bisa memastikan angka ataupun dimensi industri dan bisa mengenali persistensi keuntungan sesuatu industri.

Industri ialah sesuatu instansi serta gedung yang dibuat oleh penanam modal yang mau sediakan kepentingan warga dalam wujud benda ataupun pelayanan. Industri dibedakan jadi 2 tipe ialah industri bersumber pada lapangan usaha dan kepemilikan. Dalam riset ini yang hendak diulas merupakan industri manufaktur yang tercantum dalam industri bersumber pada lapangan usaha.

Industri manufaktur merupakan tempat guna melaksanakan aktivitas semacam membeli materi mentah dan setelah itu mengeluarkan anggaran tambahan guna mengubahnya jadi benda jadi untuk dijual. Industri manufaktur ataupun pabrik manufaktur Indonesia yang sudah IPO (*initial public offering*) dibagi atas sektor serta sub sektor. Zona dibagi jadi 3 bagian ialah industri dasar serta kimia, sektor industri berbagai ragam, serta sektor benda konsumsi(Sumber: [www. sahamok. net](http://www.sahamok.net), n. d.).

Industri yang bergerak pada bidang makanan serta minuman memiliki potensi untuk menjadi bagian yang bertumbuh dan berkembang. Perusahaan – perusahaan tersebut diperkirakan bakal pulih. Meledaknya bidang usaha makanan serta minuman di negeri kita, terlebih sehabis hadapi krisis berkelanjutan, membuktikan perihal itu membuat kompetisi terus menjadi ketat.

Dampak kompetisi yang terus menjadi ketat pada global bidang usaha serta ekonomi, industri perusahaan harus berupaya buat meningkatkan kinerjanya. Informasi finansial ialah sesuatu metode guna menyatakan fakta finansial ataupun kegiatan perusahaan pada pihak yang bersangkutan, supaya bisa menerangkan kemampuan dari perusahaan. Keuntungan tidak cuma digunakan sebagai perlengkapan menilai kemampuan industri, tetapi bisa dipakai sebagai prinsip menciptakan keputusan kontrak, menciptakan ketentuan pemodal, serta ketetapan standar. Informasi perihal keuntungan pada laporan finansial suatu perusahaan menjadi peranan yang penting, serta mutu keuntungan sebagai penekanan atensi untuk mereka yang bersangkutan.

Pengguna laporan finansial di bagian lain kerap salah memaknakan data mengenai keuntungan yang bermutu. Pengguna laporan finansial kerap memfokuskan atensi mereka pada kelompok yang menciptakan profit besar dalam satu rentang waktu namun setelah itu kehilangan uang di rentang waktu selanjutnya. Pengguna laporan finansial hendak mencermati persistensi keuntungan industri mereka. Bila keuntungan rentang waktu dikala ini bisa dipakai guna meramalkan perkembangan keuntungan di era depan, keuntungan itu disebut persisten.

Laba persisten bagi peneliti merupakan keuntungan yang tidak fluktuasi serta membuktikan kesinambungan hidup periode panjang dari keuntungan di era depan. Sebab penanam modal terpicat pada data industri yang terlihat dalam keuntungan era depan, poin mengenai persistensi keuntungan amat berarti.

Laporan laba rugi suatu industri bisa membagikan cerminan kalau industri mendapatkan keuntungan yang besar, namun informasi arus kas bisa membuktikan kalau industri itu sesungguhnya kekurangan kas. Informasi arus kas memberi tahu pendapatan serta pengeluaran kas

sesuatu entitas sepanjang rentang waktu khusus dari mana kas berawal serta bagaimana kas itu dibelanjakan. Industri dituntut untuk bisa mengatur anggaran yang terdapat guna mendanai seluruh aktivitasnya serta wajib berjaga-jaga dalam mengalami permasalahan finansial paling utama dalam mengatur basis serta pemakaian kas yang bagus, karena bisa membagikan data mengenai kinerja industri dalam mendapatkan keuntungan serta mengenali situasi likuiditas industri di pasar era depan(Andreani et al)., 2014). Secara khusus, arus kas operasi amat serupa dengan konsep kalkulasi laba periodik tetapi berlainan dengan komponen periode pendek seperti aset lancar dan pinjaman waktu pendek yang tidak membagikan konsep laba berkala.

Laporan arus kas bertujuan untuk merangkum sumber uang kas guna melaksanakan aktivitas industri serta penggunaannya sepanjang rentang waktu tertentu. Informasi arus kas wajib memberi tahu arus kas sepanjang rentang waktu tertentu serta diklasifikasikan bagi aktivitas operasi, pemodal, serta pembiayaan. Sementara itu, angka yang ada dalam arus kas ataupun cash flow dalam sesuatu rentang waktu merepresentasikan angka keuntungan dengan cara kas(cash dasar).

Aspek lain yang bisa pengaruhi persistensi laba ialah pinjaman. Pinjaman merupakan salah satu metode bagi perusahaan guna memperoleh anggaran tambahan dari pihak ketiga, dengan imbas bahwa industri wajib melaksanakan pembayaran pinjaman dalam waktu durasi yang ditetapkan. Pinjaman akan menaikkan modal industri, namun pinjaman pula akan menaikkan konsekuensi industri. Terbebas dari situasi finansial perusahaan, industri wajib senantiasa melunasi bunga serta pokok pada saat jatuh tempo.

Ukuran perusahaan ialah bagian dari menentukan poin unggul dari perusahaan itu, yang didasarkan pada keseluruhan aset ataupun pemasukan yang dipunyai. Menurut (Supriono, 2021) pemilihan keseluruhan asset dalam penelitian sebagai ukuran perusahaan amat pas sebab jumlah dari keseluruhan asset bisa mewakili tersedianya sumber daya dari industri yang dipakai sebagai dasar dalam mendapatkan keuntungan. Menurutnya sumber daya yang dikuasai suatu industri diperoleh lewat aktivitas ekonomi pada waktu lalu serta memperoleh keuntungan di era saat ini dan keuntungan ataupun manfaat pada waktu yang akan tiba.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi

Teori agensi bagi Jensen serta Meckling(1976) dalam(Dr. Dra. Silvia Indrarirni, MM., 2019) menerangkan kalau antara owner serta manajemen memiliki kebutuhan yang berlainan. Prinsip penting dalam filosofi ini melaporkan terdapatnya ikatan kegiatan antara pihak principal ialah owner(pemegang saham) dengan pihak agent ialah administrator(pihak yang diberi wewenang oleh para pemegang saham).

Agency Theory memperhitungkan kalau seluruh individu berperan atas kebutuhan sendiri. Principal diasumsikan cuma terpicat pada hasil finansial berbentuk kenaikan penjabatan dividen. Agent diasumsikan menyambut kepuasan berbentuk ganti rugi finansial yang besar dengan syarat-syarat yang melampiri dalam ikatan itu. Dengan begitu, sehingga perbandingan kebutuhan antara principal(pemegang saham) dengan agent(administrator) terdapat pada maksimasi utility(guna) principal dengan hambatan utility serta insentif yang hendak diperoleh agent. Perbandingan kebutuhan inilah yang mengakibatkan bentrokan antara principal dengan agent.

Menurut(David, 2019) dalam prinsip agency Kebutuhan pemegang ataupun prinsipal dalam melakukan kontrak mempertimbangkan kebutuhan mereka dengan profitabilitas besar Agen mau mengoptimalkan keinginan ekonomi serta intelektual mereka, tercantum pemodal, pinjaman, serta kontrak ganti rugi. Sikap oportunistik agen ialah permasalahan keagenan, ialah sikap

manajemen guna mengoptimalkan kesejahteraannya sendiri, dimana perihal itu berlawanan dengan kebutuhan prinsipal.

Arus Kas

Arus kas merupakan sesuatu kegiatan aktivitas finansial industri yang berawal dari peredaran kas masuk serta peredaran kas keluar. Informasi arus kas ialah bagian dari informasi finansial, yang berperan selaku alat dalam membagikan data untuk para konsumen informasi finansial bagaimana entitas menciptakan serta memakai kas.

Informasi arus kas ialah salah satu data keuangan bernilai, tidak cuma neraca dan data keuntungan rugi. Data arus kas harus memberi tahu arus kas selama bentang durasi khusus untuk kegiatan operasi, pemodal, dan pembiayaan. Sedangkan itu, nilai yang terdapat dalam arus kas atau cash flow dalam suatu bentang durasi merepresentasikan nilai profit dengan metode kas(cash dasar). Semakin besar arus kas operasi untuk mendapatkan profit, semakin besar kualitas keuntungannya. Tidak cuma itu, situasi arus kas yang positif mengarah membagikan keyakinan lebih pada kemampuan perusahaan guna mendapatkan keuntungan di masa depan(Andreani et angkatan laut(AL) 2014).

Untuk para pemakai informasi finansial, arus kas dipakai selaku alat data guna aktivitas evaluasi perubahan dalam aset bersih entitas, bentuk finansial(tercantum likuiditas serta solvabilitas) serta daya pengaruhi jumlah dan durasi arus kas dalam bagan penyesuaian kepada kondisi serta kesempatan yang berganti. Data arus kas pula bermanfaat guna memperhitungkan daya entitas dalam menciptakan kas dari kegiatan operasi, melaksanakan pemodal, melunasi kewajiban dan membayar deviden serta membolehkan para konsumen meningkatkan bentuk guna memperhitungkan serta menyamakan angka saat ini dari arus kas era depan.

$$\text{Arus Kas Operasi} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Total Aset}}$$

Hutang

Menurut(Andreani et al., 2014) kewajiban ataupun hutang merupakan totalitas tanggungan yang dipunyai suatu industri pada sebagian pihak yang belum terlaksana, yang dimana hutang ataupun tanggungan ini dijadikan selaku basis anggaran ataupun modal industri itu. Hutang ialah anggaran guna kegiatan operasi ataupun pemodal yang dipinjamkan oleh pihak penagih(Dwi Saptiani. et al., 2020).

Bagi(Rina Apriyanti, 2022) Hutang ataupun Leverage yakni perbandingan yang mengukur kemampuan industri menuntaskan utangnya. Leverage ialah perbandingan finansial yang menampilkan ketergantungan antara pinjaman dengan modal serta aset.

Dalam riset(Andreani et al., 2014) tingkatan hutang sesuatu industri bakal menyebabkan industri bertambah persistensi keuntungan dengan tujuan guna menjaga kemampuan dimata auditor serta penanam modal. Dengan kemampuan yang bagus itu sehingga diharapkan kreditur senantiasa mempunyai keyakinan kepada industri, alhasil gampang meminjamkan anggaran, serta membagikan keringanan dalam cara pembayaran. Sebaliknya, bagi(Elisa, 2022) dampak dari hutang ialah entitas harus melaksanakan penyeteroran total pinjaman dan bunganya pada waktu yang ditetapkan. Apabila perusahaan tidak bisa melunasi, bisa menimbulkan resiko kegagalan, sebab itu, profit yang didapat hendak dipakai guna melunasi hutang serta bunga terlebih dulu, ketimbang menjaga pemasukan serta pendanaan guna aktivitas operasi industri. Kondisi semacam bisa menyebabkan penyusutan keuntungan pada waktu depan.

$$Leverage = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Asset}}$$

Ukuran Perusahaan

Sesuatu rasio yang bisa dihitung dengan tingkatan keseluruhan aset serta penjualan yang bisa membuktikan situasi industri dimana industri lebih besar bakal memiliki keunggulan dalam basis anggaran yang didapat guna mendanai investasinya dalam mendapatkan keuntungan (Sumber:ekonomi.bunghatta.ac.id).

Bagi Hantono yang dikutip pada jurnal(Susanto Wibowo, 2019) berkata kalau:“ Ukuran perusahaan ialah dimensi besar kecilnya suatu industri yang diarahkan ataupun ditaksir oleh keseluruhan aset, keseluruhan pemasaran, jumlah keuntungan, bobot pajak serta lain- lain”. Bagi(Peng Wi, 2018) Ukuran perusahaan merupakan sesuatu rasio dimana bisa diklasifikasikan besar kecilnya industri bagi bermacam metode antara lain dengan keseluruhan aktiva, log size, nilai pasar saham, serta lain- lain.

Ukuran perusahaan yakni bagian dari memastikan nilai unggul dari industri itu, yang didasarkan pada totalitas aset atau pendapatan yang dimiliki. Bagi(Supriono, 2021) penentuan totalitas aset dalam riset selaku dimensi industri amat cocok karena jumlah dari totalitas aset dapat memandatkan tersedianya basis energi dari perusahaan yang digunakan sebagai dasar dalam memperoleh profit. Baginya basis energi yang dikuasai sesuatu perusahaan didapat melalui kegiatan ekonomi pada durasi kemudian dan memperoleh profit di masa saat ini serta profit atau manfaat pada durasi yang akan datang.

Dalam riset ini yang jadi fokus penting aset merupakan besaran keseluruhan aset yang ada yang dipakai oleh industri dalam mendapatkan keuntungan. Oleh sebab itu, dimensi industri bisa dipakai guna memastikan daya sesuatu industri dalam mengatur serta menciptakan keuntungan.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Assets}$$

Persistensi Laba

Menurut PSAK Nomor 46 Alinea ketujuh laba akuntansi merupakan keuntungan ataupun rugi bersih sepanjang satu rentang waktu saat sebelum dikurangi bobot pajak.

Bagi(Ardhianto, 2019: 100)“ Keuntungan ialah kelebihan keseluruhan pemasukan dibanding keseluruhan bebannya, dituturkan pula pemasukan bersih ataupun net earning.” Dalam riset ini yang jadi fokus penting aset merupakan besaran keseluruhan aset yang ada yang dipakai oleh industri dalam mendapatkan keuntungan. Oleh sebab itu, dimensi industri bisa dipakai guna memastikan daya suatu industri dalam mengatur serta menciptakan keuntungan.

Dalam riset(Humayah.& Martini., 2021) bagi Penman serta Zhang(2002) persistensi keuntungan merupakan keuntungan akuntansi yang telah direvisi serta diharapkan bisa membagikan gambaran pada keuntungan tahun berjalan. Persistensi keuntungan merupakan daya industri yang dianggap sebagai penanda keuntungan pada rentang waktu yang hendak tiba(future earnings) serta diperoleh oleh industri dengan cara repetitive dalam waktu jauh.

Dalam riset(Andreani et al., 2014) keuntungan yang persistensi ialah keuntungan yang bisa merefleksikan keuntungan(sustainable earning) pada waktu depan yang ditetapkan oleh bagian akrual serta gerakan kasnya.

III. METODE

Dalam riset ini, jenis riset yang dipakai merupakan riset kuantitatif. Ada sebagian sebab berarti melaksanakan riset kuantitatif ialah periset bisa menguak peristiwa yang objektif serta ditinjau dengan cara kuantitatif, dalam menanggapi persoalan riset bisa memakai pengukuran yang teliti kepada variabel- variabel riset dan periset bisa melaksanakan generalisasi dari hasil riset ke area yang lebih besar.

Ada beberapa alasan penting melakukan penelitian kuantitatif yaitu peneliti dapat mengungkap kejadian yang objektif dan ditinjau secara kuantitatif.

Dalam riset kuantitatif ini penulis melaksanakan kalkulasi masing- masing variabel sesuai dengan metode yang ada pada jurnal, buku dan amatan- amatan penelitian lebih dahulu yang terpercaya. Sehabis informasi hasil kalkulasi diperoleh setelah itu dicoba pengetesan informasi dengan program SPSS alhasil bisa diketahui hasilnya.

Objek Penelitian

Penulis melaksanakan riset pada industri makanan serta minuman sebab zona industri ini mempunyai kemampuan guna berkembang serta bertumbuh. Sehabis hadapi darurat berkelanjutan perusahaan makanan serta minuman berkembang dengan cepat alhasil menimbulkan kompetisi terus menjadi kencang.

Sampel

Sampel riset wajib mempunyai karakter yang serupa ataupun nyaris serupa dengan karakter populasi, sehingga sampel yang dipakai bisa menggantikan populasi yang dicermati. Secara umum metode sampling dalam metode riset kuantitatif dibagi atas 2 metode ialah *probability sampling* (acak ataupun dengan cara random) serta *non probability sampling* (tidak acak). Dalam riset ini penulis memakai teknik sampling *non probability sampling* dengan tata cara sampling. *Purposive Sampling* ialah teknik pengumpulan sampel dengan evaluasi, ukuran serta kriteria khusus yang sudah ditetapkan peneliti saat sebelum dilaksanakannya proses riset. standard penentuan sampel dalam riset ini antara lain :

1. Industri pada sektor *Food and Beverage* yang tercatat pada BEI 2017– 2021.
2. Perusahaan yang mempublikasikan informasi finansial sepanjang tahun 2017– 2021.
3. Tidak hadapi kasus informasi outlier.
4. Perusahaan yang memberi tahu keuangannya memakai mata uang rupiah.
5. Mempunyai keseluruhan data yang diperlukan dalam kebutuhan riset.

Tabel I
Sampel Perusahaan *Food and Beverage*

No	Kode	Nama Perusahaan
1	CLEO	PT. SARIGUNA PRIMATIRTA TBK
2	CAMP	PT. CAMPINA ICE CREAM INDUSTRY TBK
3	DLTA	PT. DELTA DJAKARTA TBK
4	DMND	PT. DIAMOND FOOD INDONESIA TBK
5	ULTJ	PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY AND TRADING COMPANY TBK
6	MYOR	PT. Mayora Indah TBK

Sumber : BEI, data diolah (2022)

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah cara dari suatu riset dimana periset melaksanakan aktivitas penelitiannya berkaitan langsung dengan objek riset untuk mendapatkan data ataupun informasi. Dalam penelitian ini memakai metode riset pustaka serta dokumentasi dalam mengumpulkan informasi yang dipakai. Riset Pustaka dicoba dengan membaca buku, jurnal riset lebih dahulu yang terpaut dengan riset penulis, artikel, serta tulisan yang berkaitan dengan riset yang bisa dijadikan rujukan riset. Tata cara pemilihan ialah metode pengumpulan informasi dengan memilah, mengakumulasi, serta melaksanakan amatan informasi sekunder yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diawasi. Informasi sekunder dalam riset ini diterima dari informasi finansial industri sektor makanan serta minuman.

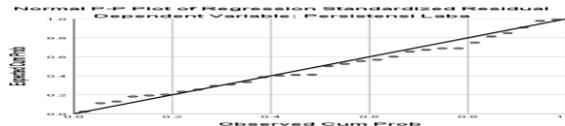
Metode Analisis Data

Dalam riset ini tata cara analisa informasi yang dipakai yakni analisa regresi linear berganda guna mengetahui pengaruh variabel terbatas serta variabel bebas. Analisa pengetesan pada riset ini memakai sebagian pengetesan yang terdiri dari analisa statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisa regresi linear berganda, uji hipotesis.

IV. HASIL

1. Uji Asumsi Klasik

Gambar I
Grafik Normal P Plot



Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26

Bersumber pada grafik p alur pada gambar I bisa nampak titik- titik menabur disekitar garis serta menjajaki garis diagonal alhasil bisa disimpulkan kalau informasi dalam riset ini terdistribusi wajar

Tabel II
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients a

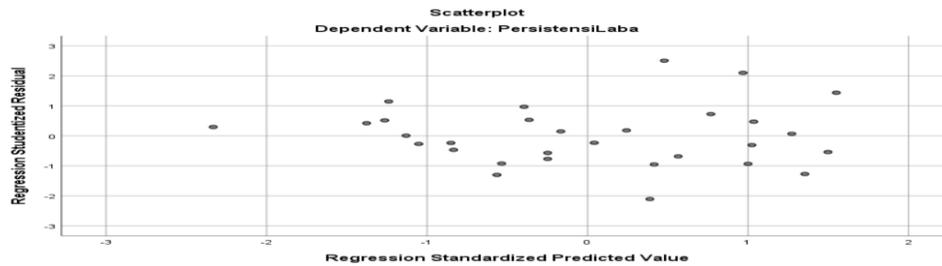
Model	Unstan dardized B	Coeff icients Std Error	Standa rized Coefficie nts Beta	t	Sig	Colli nearity Toleran ce	Statistic s VIF
(Constant)	-.452	.303		-1.493	.148		
ArusKasOperasi	.696	.164	.696	4.247	.000	.805	1.242
Leverage	-0.24	.086	-.049	-.276	.785	.689	1.452
UkuranPerusahaan	.017	.011	.284	1.630	.115	.712	1.404

a. Dependent Variable : PersistensiLaba

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26

Bersumber pada bagan II diketahui angka tolerance variabel arus kas operasi sebesar $0,805 > 0,10$ dan arus kas operasi memiliki angka VIF sebesar $1,242 < 10$. Angka tolerance variabel leverage sebesar $0,689 > 0,10$ serta leverage memiliki angka VIF sebesar $1,452 < 10$. Angka tolerance variabel ukuran perusahaan sebesar $0,712 > 0,10$ serta ukuran perusahaan memiliki angka VIF sebesar $1,404 < 10$. Itu berarti informasi dalam riset ini tidak hadapi permasalahan multikolinieritas.

Gambar II
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26

Bersumber pada hasil percobaan heteroskedastisitas diatas tidak terjalin pola khusus, alur menabur diatas serta dibawah nilai 0 pada sumbu y, serta penyebaran titik tidak membuat pola bergelombang. Perihal ini berarti informasi dalam riset ini tidak hadapi permasalahan heteroskedastisitas alhasil bisa dipakai guna memperhitungkan variabel dependen dengan pengaruh variabel bebas.

2. Hasil Uji Statistik

Tabel III
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients a

Model	Unstandardized B	Coefficients Std Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-.452	.303		-1.493	.148
ArusKasOperasi	.696	.164	.696	4.247	.000
Leverage	-0.24	.086	-.049	-.276	.785
UkuranPerusahaan	.017	.011	.284	1.630	.115

a. Dependent Variable : PersistensiLaba

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26

Berdasarkan table III di atas diperoleh diperoleh hasil yaitu:

$$\text{Persistensi Laba} = -0,452 + 0,696 \text{ Arus Kas Operasi} - 0,024 \text{ Leverage} + 0,017 \text{ SIZE} + e$$

Tabel IV
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 a	.437	.372	.05324

a. Predictors : (Constant), UkuranPerusahaan, ArusKasOperasi, Leverage

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26

Bersumber pada bagan IV di atas didapat persamaan regresi linear berganda guna riset ini ialah: Bersumber pada hasil percobaan koefisien determinasi pada bagan IV. 10 di atas dikenal angka

Adjusted R Square sebesar 0,372. Angka adjusted R square sebesar 0,372 maksudnya variabel bebas ialah arus kas operasi, leverage, serta ukuran perusahaan(SIZE) sanggup menjelaskan 37,2 Persen variabel dependen ialah persistensi laba.

3. Hasil Uji Hipotesis

Tabel V
Hasil Uji Signikasi Parsial (Uji Statistik T)

		Coefficients a				
Model		Unstandardize d B	Coefficients Std Error	Standarized Coefficients Beta	t	Sig
	(Constant)	-.452	.303		-1.493	.148
	ArusKasOperasi	.696	.164	.696	4.247	.000
	Leverage	-0.24	.086	-.049	-.276	.785
	UkuranPerusahaan	.017	.011	.284	1.630	.115

a. Dependent Variable : PersistensiLaba

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26

Guna mengetahui hasil uji coba t dengan memakai t tabel terlebih dulu wajib mengetahui angka degree of freedom(df). Guna mengetahui angka df sehingga wajib mengetahui jumlah data yang dijadikan sampel(n), jumlah variabel riset(k) serta mengetahui tingkatan signifikansi yang dipakai. Riset ini memakai 30 sampel data, memakai 4 variabel(3 variabel X dan 1 variabel Y) serta tingkatan signifikansi riset ini sebesar 0,05(5 Persen). Bersumber pada informasi dalam riset ini sehingga $df = 30 - 3 - 1 = 26$. Sebelum mencari angka dari t pada tabel maka perlu untuk menghitungnya terlebih dulu.

Dari perhitungan yang telah dilakukan didapatkan nilai t tabel (dua arah atau two tail) sebesar 2,0555. Berdasarkan tabel IV.11 hasil uji signifikansi parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Arus Kas Operasi terhadap Persistensi Laba

Hasil uji statistik t diketahui, variabel arus kas operasi mempunyai angka signifikansi sebesar 0,000. Nilai $0,000 < 0,05$. Arus kas operasi memiliki nilai t hitung sebesar $4.247 > t$ tabel sebesar 2,0555. Jadi, jika dilihat berdasarkan nilai signifikan dan perbandingan antara t hitung dengan t tabel diketahui bahwa arus kas operasi berpengaruh signifikan terhadap persistensi laba.

2. Pengaruh Hutang terhadap Persistensi Laba

Hutang mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,785. Nilai $0,785 > 0,05$. Hutang memiliki nilai t hitung sebesar $-0.276 < \text{nilai } t \text{ tabel}$ sebesar 2,0555. Dapat disimpulkan Hutang tidak berpengaruh terhadap persistensi laba.

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Persistensi Laba

Ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap persistensi laba. Hal ini didasarkan pada hasil uji statistik yang menunjukkan bahwa variabel tersebut mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,115 > \text{dari } 0,05$ dan juga memiliki nilai t hitung sebesar $1.630 < \text{nilai } t \text{ tabel}$ sebesar 2,0555.

Tabel VI
Hasil Uji Signikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.057	3	.019	6.737	.002 b
	Residual	.074	26	.003		
	Total	.131	29			

a. Dependent Variable: PersistensiLaba

b. Predictors : (Constant), UkuranPerusahaan, ArusKasOperasi, Leverage

Sumber : Hasil Olahan SPSS Versi 26

Peneliti telah menetapkan hipotesis keempat (H4) yaitu arus kas operasi, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap persistensi laba. Sebelum melakukan uji f penulis menetapkan Ho dan Hi.

Berdasarkan hasil uji signifikansi simultan (Uji Statistik F) pada tabel IV.12 didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai $0,002 < 0,05$. Jika dilihat berdasarkan perbandingan f hitung dengan f tabel.

Berdasarkan perhitungan di atas didapatkan nilai f tabel sebesar 2.96. Diketahui nilai nilai f hitung sebesar 6.737. Sehingga nilai f hitung $6.737 >$ dari f tabel 2,96. Jadi, jika dilihat berdasarkan nilai signifikansi dan perbandingan antara f hitung dengan f tabel dapat diketahui bahwa ketiga variabel secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif signifikan terhadap persistensi laba.

V. KESIMPULAN

Riset ini dilakukan guna mengetahui pengaruh arus kas operasi, hutang serta ukuran perusahaan kepada persistensi laba. Penulis memilih melaksanakan riset pada industri sektor *food and beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia(BEI) tahun 2017- 2021. Sampel dalam riset ini ditentukan dengan tata cara *purposive sampling* dengan rentang waktu riset sepanjang 5 tahun alhasil keseluruhan sampel dalam riset ini berjumlah 30 data sampel. Berdasarkan hasil pengerjaan data serta analisa, sehingga bisa ditarik kesimpulan ialah :

1. Arus kas operasi berpengaruh kepada persistensi laba. Melonjaknya arus kas operasi bakal menimbulkan angka laba bertambah. Bersumber pada hasil percobaan statistik t diketahui kalau variabel arus kas operasi memiliki angka signifikansi sebesar 0, 000. Angka $0, 000 <$ dari 0, 05. Bila diamati bersumber pada rasio t hitung dengan t tabel, arus kas operasi mempunyai angka $4, 247 > 2, 0555$.
2. Hutang tidak mempunyai pengaruh kepada persistensi laba. Bersumber pada hasil uji statistik t diketahui kalau variabel hutang memiliki angka signifikansi sebesar 0, 785. Angka $0, 785 >$ dari 0, 05. Bila diamati bersumber pada rasio t hitung dengan t tabel, hutang mempunyai angka $- 0, 276 < 2, 0555$.
3. Ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh kepada persistensi laba. Bersumber pada hasil uji coba statistik t diketahui kalau variabel ukuran perusahaan memiliki angka signifikansi sebesar 0, 115. Angka $0, 115 > 0, 05$. Bila diamati bersumber pada rasio t hitung dengan t tabel, ukuran perusahaan mempunyai angka $1, 630 < 2, 0555$.
4. Secara simultan variabel arus kas operasi, hutang, serta ukuran perusahaan mempunyai pengaruh kepada persistensi laba. Bersumber pada hasil uji statistik f diketahui kalau variabel simultan memiliki angka signifikansi sebesar 0, 002. Angka $0, 002 < 0, 05$. Bila diamati bersumber pada perbandingan f hitung dengan f tabel, mempunyai angka $6, 737 > 2, 96$.

Daftar Pustaka

- Andreani, Caroline barus., & Rica., V. (2014). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSISTENSI LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/24381-ID-Analisis-Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Persistensi-Laba-Pada-Perusahaan-Manufa.Pdf*, 4(2), 70–80.
- Ardhianto, Wildana Nur. (2019). *Buku Sakti Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Quadrant
- Dr. Dra. Silvia Indrarirni, MM., A. (2019). Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba: Good Governance dan Kebijakan Perusahaan | iPusnas Digital Library. In N. Azizah (Ed.), Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba: Good Governance dan Kebijakan Perusahaan | iPusnas Digital Library (pp. 1–66). Scopindo Media Pustaka. <https://webadmin.ipusnas.id/ipusnas/publications/books/170752>.
- Dwi Saptiani., A., Fakhroni., Z., & Akuntansi, S. (2020). Pengaruh Volatilitas Penjualan, Volatilitas Arus Kas Operasi, dan Hutang Terhadap Persistensi Laba. *Https://Ejournal.Upi.Edu/Index.Php/Aset/Article/View/23570*, 12(1), 201–211. <https://doi.org/10.17509/jaset.v12i1.23570>.
- Elisa, 2022. (2022). PENGARUH ARUS KAS OPERASI, HUTANG DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PERSISTENSI LABA. <Https://Jurnal.Ubd.Ac.Id/Index.Php/Ga>, 1, 1–18.
- Elsa. (2019). ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE EARNINGS PERSISTENCE OF FOOD AND BEVARAGE COMPANIES LISTED ON INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2013-2017. In *Research In Accounting Journal* (Vol. 1, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/raj>.
- Humayah., S., & Martini., T. (2021). Urgensi Persistensi Laba : Antara Volatilitas Penjualan, Arus Kas Operasi, Tingkat Utang, dan Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di ISSI Periode 2016-2019. <Https://Journal.Iainkudus.Ac.Id/Index.Php/Aktsar/Article/View/10601>, 4(1), 107–123. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v4i1.10601>.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Nuraeni, R., Mulyati, S., & Putri, T. E. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi persistensi laba (studi kasus pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2013-2015). *Accruals (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)*, 2(1), 82-112.
- Patricia, G., & Wibowo, S. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Dan Return On Assets (Roa) Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 11(1), 1-12.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Samosir, D. K. B., & Murwaningsari, E. DETERMINATION OF EARNINGS MANAGEMENT IN INDONESIA PROPERTY AND REAL ESTATE FIRM.
- Sumber: www.sahamok.net, n. d.
- Sumber: ekonomi.bunghatta.ac.id.(2020).*Sumber:ekonomi.bunghatta.ac.id*.
- Supriono. (2021). Pengaruh Kas Operasi, Tingkat Hutang Dan Ukuran Perusahaan.
- Veronica, C., Aprilyanti, R., & Jenni, J. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi

- Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016–2020). *eCo-Buss*, 4(3), 635-646.
- Wi, P. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Kap Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017 THE EFFECT OF PROFITABILITY, FIRM SIZE AND SIZE OF PUBLIC ACCOUNTANT FIRM OF. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 10(1), 1.

Pengaruh Disiplin Kerja, Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. SunLife Financial Indonesia Bagian Marketing

Jodi Efrem^{1)*}, Eso Hernawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾efremjodi@gmail.com

²⁾eso.hernawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Disiplin Kerja
Gaya Kepemimpinan
Lingkungan Kerja
Kompensasi
Kinerja Karyawan

Abstrak

Riset bertujuan untuk uji (1) hubungan Disiplin Kerja kepada kinerja karyawan (2) hubungan Gaya Kepemimpinan kepada kinerja karyawan (3) hubungan Lingkungan Kerja kepada kinerja karyawan (4) hubungan Kompensasi kepada kinerja karyawan. Metode yang dipakai pada riset ini ialah metode deskriptif. Untuk menganalisis data peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 orang narasumber dan Pengolahan Data menggunakan SPSS versi 24. Hasil yang ditunjukkan dalam riset ini menyatakan bahwa di peroleh 0,002 untuk disiplin kerja yang berarti memiliki hubungan kepada kinerja karyawan, 0,000 untuk gaya kepemimpinan yang berarti memiliki hubungan kepada kinerja karyawan, 0,615 untuk lingkungan kerja yang berarti tidak memiliki hubungan kepada kinerja karyawan, dan 0,000 untuk kompensasi yang berarti memiliki hubungan kepada kinerja karyawan. Hasil uji F diperoleh taraf sig 0,000 maka disiplin kerja, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja dan kompensasi secara simultan berhubungan kepada kinerja karyawan.

I. PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu perseroan dapat dipengaruhi oleh kinerja karyawannya. Setiap perseroan selalu berjuang agar kinerja karyawan dapat meningkat, sehingga akan membawa perseroan untuk meraih tujuannya. Dengan demikian, perusahaan harus menyanggah cara agar mendorong karyawan agar bekerja dengan efektif dan efisien dalam menyelesaikan pekerjaannya sesuai aturan yang dibuat oleh perseroan.

Kinerja karyawan di PT. SunLife Financial Indonesia dipengaruhi oleh disiplin kerja, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja dan kompensasi. Disiplin kerja yakni sikap sukarela pekerja terhadap panggilan akan tanggung jawab karyawan terhadap pekerjaan. karyawan akan menjalankan tugasnya dengan baik dan bukan dengan paksaan.

Kedisiplinan kerja juga dipicu oleh pemimpin yang menyanggah kemampuan untuk mendorong dan mempengaruhi organisasi menuju target atau tujuan perseroan yang telah ditentukan. pemimpin selalu menjadi faktor utama dalam memastikan keberhasilan suatu perseroan. karena kualitas dari seorang pemimpin yang efektif yakni mampu untuk membentuk para karyawan menyanggah kedisiplinan kerja yang bagus, rasa percaya diri, menyanggah rasa optimis yang besar dan komitmen dengan tujuan perseroan dan target yang telah di tentukan oleh perseroan (Andy & Sutrisna, 2018).

Lingkungan kerja sangat berpengaruh bagi para karyawan dan perseroan. Lingkungan kerja yang baik akan memicu suasana hati para karyawan menjadi senang dan membuat karyawan bekerja dengan senang hati tanpa ada paksaan, ini akan membuat para karyawan menjadi kompak dan saling bekerja sama antara rekan kerja guna untuk meraih tujuan perseroan, sehingga konflik antara karyawan akan terhindar dan membentuk karyawan yang kreatif serta mampu memunculkan ide ide baru (Andy, 2019).

Kompensasi dengan PT. Sunlife Financial Indonesia masih dipandang kurang dalam hal kemampuan perusahaan untuk mempercayakan karyawan dengan apa yang mereka berikan kepada perseroan. Kompensasi diberikan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan, jika perseroan royal kepada para karyawan maka

karyawan akan bersikap royal juga terhadap perseroan, dan mampu membuat karyawan menyandang semangat kerja yang tinggi demi mendapatkan kompensasi atau komisi yang perseroan berikan. hal ini adalah dampak positif bagi karyawan dan perseroan, karena para karyawan akan bersemangat untuk mengejar target dan berjuang bekerja sebaik mungkin untuk mendapatkan prestasi dan reward dari perseroan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Karyawan

(Suparyadi, 2015) menerangkan :

“Kinerja karyawan yakni isu kunci dalam berorganisasi karena kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya tergantung pada seberapa baik kinerjanya.”

Disiplin Kerja

Menurut (Ardana, dkk 2011) menerangkan :

“Disiplin kerja yakni perbuatan yang menghargai, menuakan dan menaati peraturan yang berlaku serta kesanggupan untuk melaksanakannya dan tidak menghindari sanksi .”

Gaya Kepemimpinan

Menurut (Kreitner & Kinicki, 2008) menerangkan :

“Kepemimpinan yakni proses mempengaruhi satu individu untuk mencapai tujuan bersama.”

Kompensasi

Menurut (Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hernawan, 2021) menerangkan :

“Kompensasi yakni pemberian dari perseoran atas prestasi kerja.”

III. METODE

Jenis Penelitian

Metode yang dipakai ialah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang diuji dengan menggunakan program SPSS Versi24.

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam riset ini ialah karyawan bagian tenaga pemasaran PT. SunLife Financial Indonesia.

Populasi dan Sample

Populasi riset ini ialah pekerja bagian marketing pada PT. SunLife Financial Indonesia yang berjumlah 106 orang yang terbagi di semua cabang Cimb Niaga yang berjumlah 30 cabang yang tersebar di jabodetabek. Sedangkan Sampel yang dipakai pada riset ialah sebanyak 100 orang karyawan pada bagian marketing yang ada di PT. SunLife Financial Indonesia.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas Menurut (Sugiyono, 2015) menerangkan :
“Alat ukur yang valid yakni alat ukur yang dipakai untuk memperoleh data yang valid”.
2. Uji Reliabilitas Menurut (Sugiyono, 2015) menerangkan :
“Reliabilitas yakni data serupa dalam keadaan yang berbeda”.

IV. HASIL

1. Data Narasumber

Perincian Narasumber Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	34	34.0	34.0	34.0
	Perempuan	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : SPSS24

Dapat dilihat dari bagan diatas 100 narasumber diketahui 34 narasumber laki-laki (percentage 34%) dan 66 narasumber perempuan (percentage 66%).

Perincian narasumber berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 46 Tahun	1	1.0	1.0	1.0
	18 - 24 Tahun	74	74.0	74.0	75.0
	25 - 31 Tahun	18	18.0	18.0	93.0
	32 - 38 Tahun	6	6.0	6.0	99.0
	39 - 45 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : SPSS24

Dari bagan diatas diketahui 1 narasumber (percentage 1%) berusia > 46 tahun, 74 narasumber (percentage 74%) berusia 18-24 tahun, 10 narasumber (percentage 10%) berusia 25-31 tahun, 1 narasumber (percentage 1%) berusia 32-38 tahun dan 1 narasumber (percentage 1%) berusia 39-45 tahun.

Perincian narasumber berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D1 - D3	2	2.0	2.0	2.0
	S1	59	59.0	59.0	61.0
	S2	1	1.0	1.0	62.0
	SMA/SMK	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : SPSS24

Dari bagan diatas diketahui bahwa 2 narasumber (percentage 2%) menyandang tingkat pendidikan D1-D3, 59 narasumber (percentage 59%) menyandang tingkat pendidikan S1, 1 narasumber (percentage 1%) menyandang tingkat pendidikan S2, 38 narasumber (percentage 38%) menyandang tingkat pendidikan SMA/SMK.

2. Uji Reliabilitas

Variabel Disiplin Kerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.904	.905	8

Sumber : SPSS24

Variabel Gaya Kepemimpinan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.854	.857	6

Sumber : SPSS24

Variabel Lingkungan Kerja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.899	.902	7

Sumber : SPSS24

Variabel Kompensasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.915	.915	7

Sumber: SPSS24

Variabel Kinerja Karyawan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.928	.933	9

Sumber: SPSS24

Dari bagan diatas diketahui taraf cronbach's pada setiap variabel > 0,60. Pertanyaan yang dipakai untuk menaksir variabel riset adalah baik dan reliabel.

3. Uji T

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.625	2.407		1.506	.135
	Disiplin Kerja	.294	.093	.229	3.153	.002
	Gaya Kepemimpinan	.745	.156	.475	4.762	.000
	Lingkungan Kerja	-.050	.098	-.043	-.505	.615
	Kompensasi	.363	.084	.334	4.336	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : SPSS24

Dari bagan diatas diketahui :

- a. Hubungan Disiplin Kerja Kepada Kinerja Karyawan
 Disiplin kerja menyandang taraf Thitung 3,153 > Ttabel 1,985 dan taraf sig 0,002 > 0,05. Maka, disiplin kerja memiliki hubungan dengan Kinerja Karyawan.
- b. Hubungan Gaya Kepemimpinan Kepada Kinerja Karyawan
 Gaya kepemimpinan menyandang nilai Thitung sebesar 4.762 > Ttabel 1,985 dan taraf sig 0,000 < 0,05. Maka, gaya kepemimpinan memiliki hubungan dengan Kinerja Karyawan.
- c. Hubungan Lingkungan Kerja Kepada Kinerja Karyawan
 Lingkungan kerja menyandang taraf Thitung sebesar -0,505 < Ttabel 1,985 dan taraf sig 0,615 > 0,05. Maka, lingkungan kerja tidak memiliki hubungan dengan Kinerja Karyawan.
- d. Hubungan Kompensasi Kepada Kinerja Karyawan
 Kompensasi menyandang nilai Thitung sebesar 4.336 > Ttabel 1,985 dan taraf sig 0,000 > 0,05. Maka kompensasi memiliki hubungan dengan Kinerja Karyawan.

4. Uji F

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2376.367	4	594.092	60.662	.000 ^b
	Residual	930.383	95	9.794		
	Total	3306.750	99			
a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan						
b. Predictors: (Constant), Kompensasi, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Gaya Kepemimpinan						

Sumber: SPSS24

Dari bagan diatas, diperoleh tingkat sig $0,000 < 0,05$. Maka, Disiplin Kerja, Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Kompensasi secara simultan berhubungan dengan Kinerja Karyawan.

V. KESIMPULAN

1. Disiplin Kerja memiliki hubungan terhadap Kinerja Karyawan, taraf signifikans $0,002 > 0,05$.
2. Gaya Kepemimpinan memiliki hubungan dengan Kinerja Karyawan, taraf signifikans $0,002 > 0,05$.
3. Lingkungan Kerja tidak berhubungan dengan Kinerja Karyawan, taraf signifikans $0,615 > 0,05$.
4. Kompensasi memiliki hubungan dengan Kinerja Karyawan, taraf signifikans $0,000 < 0,05$.
5. Disiplin Kerja,
6. Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Kompensasi secara simultan memiliki hubungan dengan kinerja karyawan, taraf signifikans $0,000 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, I. A. M. S. D. S. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia. *eCo-Buss Vol 2 No 1 (2019)*, 2, 39915587.
- Andy, & Sutrisna. (2018). Analisis Pengaruh Kedisiplinan Kerja, Prestasi Kerja Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama Understanding the Relationship between Affective Commitment and Continuity Commins at Buddhi College Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 16. No. 1 (2018)*, 1, 18–33.
- Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hernawan, A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV. Pustaka Kreasi Mandiri.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Ardana, I Komang, Ni Wayan Mujiati dan IWayan Mudiarta Utama. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu, 53(9), 1689–1699.
- Suparyadi. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Menciptakan Keunggulan Bersaing Berbasis Kompetensi SDM (Edisi Pert)*. Penerbit: Andi. Yogyakarta.
- Kreitner, R. dan Kinicki. (2008). *Organizational Behavior*. 8th Edition. Boston: McGraw-Hill.

Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, *Leverage*, Kepemilikan Institusional, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Tax Avoidance* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Perkebunan Sawit Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)

Junaldi^{1)*}, David Kiki Baringin MT Samosir²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾junaldigou@gmail.com

²⁾davidkikisamosir@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

ukuran perusahaan
profitabilitas
leverage
kepemilikan institusional
pertumbuhan penjualan
tax avoidance

Abstrak

Tax avoidance atau penghindaran pajak merupakan sebuah fenomena yang merugikan bagi negara, karena perusahaan yang melakukan *tax avoidance* tidak membayar pajak sejumlah yang seharusnya mereka bayarkan. Kasus *tax avoidance* terjadi pada beberapa perusahaan salah satunya adalah perusahaan sektor perkebunan sawit. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh ukuran profitabilitas, leverage, kepemilikan institusional, serta pertumbuhan penjualan terhadap *tax avoidance* pada perusahaan sawit yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021. Populasi riset ini adalah 24 perusahaan sawit yang terdaftar pada BEI periode 2017-2021. Sampel ditentukan dengan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 13 perusahaan dengan 5 periode amatan. Data dikumpulkan adalah data sekunder, yang dianalisis dengan regresi linier serta uji hipotesis uji t. Hasil riset menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan institusional, dan pertumbuhan penjualan secara parsial dan secara simultan memberikan pengaruh kepada *tax avoidance* pada perusahaan sawit yang tercatat di BEI periode 2017 – 2021. Perusahaan sawit harus memperhatikan variabel-variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan institusional, dan pertumbuhan penjualan, agar tidak terjadi upaya *tax avoidance* dan perusahaan dapat berkontribusi kepada negara melalui pajak.

I. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu pendapatan yang amat penting bagi sebuah Negara, karena dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan dengan presentase yang paling besar. Kontribusi wajib terhadap Negara terhutang dari badan atau orang pribadi yang sifatnya memaksa sesuai dengan UU, serta belum memperoleh imbalan langsung disebut dengan pajak

(Oktavia et al., 2020). Berhasil atau tidaknya pembangunan di sebuah Negara dilihat melalui tingginya pendapatan yang didapatkan oleh Negara tersebut. Sector perpajakan adalah penyumbang yang paling tinggi untuk pendapatan sebuah Negara dalam membiayai kegiatan pemerintahan ataupun meningkatkan kesejahteraan untuk masyarakatnya. Sehingga pemerintah memiliki upaya supaya masyarakat mampu memenuhi kewajiban dalam membayar pajak (Marlinda et al., 2020).

Upaya untuk memberikan efisiensi beban perpajakan dengan langkah penghindaran pengenaan pajak dengan memberikan arahan kepada proses transaksi yang tidak menjadi objek perpajakan disebut dengan *Tax avoidance* (Ariska et al., 2020). *Tax avoidance* cenderung dijalankan oleh perusahaan atau kewajiban pajak badan, hal ini karena perusahaan menginginkan upaya untuk meminimalisir beban pajak supaya mampu memberikan peningkatan arus kas serta profitabilitas (Widagdo et al., 2020). Terdapat beberapa faktor yang mampu memberikan pengaruh kepada *tax avoidance* seperti leverage, kepemilikan yang dilakukan secara institusional, pertumbuhan penjualan, profitabilitas serta ukuran perusahaan (Mahdiana & Amin, 2020); (Sari, 2018); (Krisna, 2019); (Hidayat, 2018).

Ukuran perusahaan adalah sebuah pengukuran yang digabungkan sesuai dengan kecil besarnya sebuah perusahaan, serta mampu memberikan gambaran pendapartan yang didapatkan oleh perusahaan serta proses aktivitas oprasional perusahaan (Ariska et al., 2020). Makin tinggi ukuran perusahaan itu sendiri, maka makin besar pula kecendrungan perusahaan tersebut memerlukan dana apabila dibandingkan dengan suatu perusahaan yang tidak besar, hal inilah yang akan menjadikan perusahaan dengan ukuran besar akan cenderung mengharapkan sebuah pendapatan yang tinggi (Noviyani & Muid, 2019). Perusahaan dengan ukuran yang besar akan memberi peluang terhadap perusahaan untuk menghindari pajak melalui pengalihan arus keuangan kepada pos-pos yang bukan objek pajak. Hal ini sejalan dengan (Handayani, 2018) yang memberikan gambaran bahwa ukuran yang dimiliki perusahaan memiliki pengaruh positif kepada *tax avoidance*. Sedangkan, hasil riset yang dijalankan oleh (Widiayani et al., 2017) menunjukkan bahwa ukuran yang dimiliki sebuah perusahaan tidak memberikan pengaruh kepada *tax avoidance*.

Salah satu pengukuran untuk kinerja sebuah perusahaan disebut dengan Profitabilitas. Profitabilitas adalah sebuah perusahaan yang memberi gambaran bagi perusahaan dalam memberikan hasil laba selama jangka waktu yang telah ditentukan pada modal saham, asset, dan tingkat penjualan tertentu (Aulia & Mahpudin, 2021). Profitabilitas tersusun dari berbagai rasio, seperti salah satunya yaitu *return on assets* (ROA). Fungsi ROA adalah untuk mengukurefektivitas sebuah perusahaan dalam menggunakan sumber dayanya. Saat laba yang didapatkan mengalami kenaikan, maka jumlah pajak yang dihasilkan akan mengalami peningkatan sesuai dengan tingkatan keuntungan perusahaan sehingga perusahaan akan cenderung menerapkan *tax avoidance* untuk penghindaran kenaikan jumlah beban perpajakan. Hasil riset yang dijalankan oleh (Noviyani & Muid, 2019) memberi gambaran bahwa profitabilitas punya pengaruh secara positif kepada penghidaran perpajakan. Sedangkan hasil riset yang dijalankan oleh (Rozak et al., 2017) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif kepada *tax avoidance*.

Leverage adalah sebuah rasio yang dipakai untuk pengukuran seberapa jauh asset yang dipunyai oleh suatu perusahaan dibiayai oleh utangnya. Rasio leverage atau solvabilitas menjadi sebuah rasio yang dipakai untuk pengukuran seberapa tinggi beban utangnya yang wajib suatu perusahaan tersebut tanggung untuk memenuhi asset (Anindyka et al., 2018). Utang mampu menciptakan sumber pendanaan bagi sebuah perusahaan. Utang ini mampu menciptakan beban

bunga yang mampu meminimalisir keuntungan perusahaan. Mengacu pada arah hubungan secara positif yang mana makin tinggi utangnya ama beban bunga yang perusahaan tanggung juga mengalami peningkatan artinya porsi pengurangan keuntungan dari sebuah perusahaan juga makin tinggi. Sehingga, hal tersebut mampu dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan untuk pengurangan beban pajak (Akbar et al., 2020). Hasil riset yang dijalankan oleh (Aulia & Mahpudin, 2021) memberi gambaran bahwa leverage punya pengaruh yang positif kepada *tax avoidance*. Sedangkan hasil risetyang dijalankan oleh (Ardianti, 2019) memberi gambaran bahwa leverage punya pengaruh negatif kepada penghidaran perpajakan.

Kepemilikan yang dilakukan secara institusional merupakan pemilik saham oleh dana perwakilan, institusi: luar negeri, berbadan hukum, keuangan, pemerintahan, serta institusi lainnya dalam akhir tahun (Prasetyo & Pramuka, 2018). Kegiatan pemegang saham yang amat besar dari kepemilikan institusi akan memberikan bantuan untuk peningkatan efek dalam menghindari pajak demi suatu kepentingan seseorang yang memegang saham yang mana para pihak yang memegang saham yang tinggi dari para pihak yang memegang saham di suatu institusi akan menjalankan sebuah intervensi kepada seorang manajemen yang memiliki tujuan untuk mengecilkan jumlah pajak di dalam sebuah perusahaan serta memaksimalkan kekayaannya. Hasil riset dari (Prasetyo & Pramuka, 2018) memberi sebuah gambaran bahwa kepemilikan yang dilakukan secara institusional punya pengaruh positif kepada penghidaran perpajakan. Sedangkan riset dari (Krisna, 2019) memberi gambaran bahwa kepemilikan yang dilakukan secara institusional mempunyai pengaruh yang negatif kepada *tax avoidance*.

Tax Avoidance bertujuan untuk meminimalisir beban perpajakan di sebuah perusahaan, yang mana suatu perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan secara signifikan lebih memiliki kepentingan untuk menjalankan penghidaran perpajakan jika dihubungkan dengan suatu perusahaan yang mengalami penjualan menurun atau stagnan. Semakin besar pertumbuhan penjualannya, maka makin tinggi pula peluang pelaksanaan *tax avoidance* dari sebuah perusahaan (Primasari, 2019). Hasil riset dari (Akbar et al., 2020) memberi gambaran bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang positif kepada *tax avoidance*. Sedangkan riset oleh (Hidayat, 2018) memberi suatu gambaran bahwa pertumbuhan penjualan punya pengaruh negatif kepada *tax avoidance*.

Mengacu pada uraian fenomena dan adanya inkonsistensi hasil-hasil riset terdahulu di atas, maka diangkat riset dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap *Tax Avoidance* (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Perkebunan Sawit yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 - 2021)”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan adalah sebuah teori yang menyebutkan keterikatan kontrak antara pihak memiliki sebuah perusahaan atau biasa disebut dengan principal dan pihak manajemen perusahaan tersebut atau agent. Teori agensi memberikan sebuah asumsi bahwa setiap bagian terdorong oleh kepentingannya sendiri sehingga mampu menciptakan sebuah konflik antara agent dan principal. Dalam hal ini Wajib Pajak Badan bertindak sebagai Agent sementara itu Fiskus bertindak sebagai Principal yang patuh akan aturan perpajakan yang berlaku (Jogiyanto, 2013:38).

Ukuran Perusahaan

Ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan mampu terlihat melalui total asset yang dipunyai oleh sebuah perusahaan. Makin tinggi total asset menunjukkan makin tinggi pula skala perusahaan tersebut, sehingga sebuah perusahaan dapat menciptakan laba yang tinggi. Sehingga suatu perusahaan akan melakukan pembayaran pajak dengan nominal yang tinggi. Suatu perusahaan mampu menjalankan penghindaran perpajakan dengan menitik beratkan biaya penyusutan atas asset yang perusahaan tersebut miliki. Makin tinggi perusahaan itu sendiri maka makin besar asset yang dipunyai sehingga pembiayaan penyusutan meningkat serta perusahaan melakukan pembayaran pajak dengan nominal yang sedikit. Pada penghindaran pajak, dari sebuah perusahaan yang berkategori besar dilihat dapat melakukan pembiayaan pada semua aktivitas perusahaan. Seperti tenaga ahli manajer yang bagus dipekerjaan pada suatu perusahaan itu sendiri untuk mammpu mengakali bagaimana langkah supaya meminimalisir pembayaran beban perpajakan.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah sebuah gambaran yang memperlihatkan kinerja keuangan dari suatu perusahaan dalam menciptakan laba. Profitabilitas dari suatu perusahaan dengan penghindaran perpajakan akan mempunyai ikatan yang positif serta jika suatu perusahaan mengharapkan untuk menjalankan *tax avoidance* maka wajib efisien dari sudut beban, jadi tidak memerlukan pembayaran pajak dengan jumlah yang tidak sedikit. Sebuah perusahaan yang punya nilai profitabilitas yang bagus, menunjukkan punya nilai *effective tax rates* yang amat besar. Hal tersebut dikarenakan keuntungan yang diciptakan oleh sebuah perusahaan adalah dasar pengenaan perpajakan penghasilan sehingga suatu perusahaan akan berupaya melakukan penghindaran kenaikan pajaknya dengan menerapkan penghindaran perpajakan. Suatu perusahaan dengan profitabilitas yang besar mempunyai peluang untuk menduduki *tax planning* yang meminimalisir nominal beban kewajiban pajak.

Leverage

Leverage adalah sebuah perbandingan yang memperlihatkan tingginya utang yang dipakai dalam membiayai perusahaan untuk melakukan kegiatan operasinya. Makin tinggi pemakaian utang oleh sebuah perusahaan, maka makin tinggi pula nominal beban bunga yang ditanggung oleh perusahaan tersebut sehingga mampu meminimalisir keuntungan sebelum terkena pajak dari suatu perusahaan yang berikutnya akan mampu meminimalisir tingginya pajak yang nantinya wajib dibayar oleh perusahaan itu sendiri. Hal ini yang menjadikan alasan untuk perusahaan dalam menggunakan utang sebagai sumber pendanaannya (Kasmir, 2019:197). Kenaikan utang yang terbilang tinggi menunjukkan adanya kegiatan *tax avoidance* yang besar pula pada sebuah perusahaan. Hal tersebut dikarenakan adanya utang akan meminimalisir pembiayaan pajak yang bertujuan supaya pembiayaan yang harusnya untuk melakukan pembayaran pajak mampu digunakan untuk hal yang lain. Biaya itu sensiri mampu digunakan untuk melakukan pembayaran utang yang dipunyai tersebut serta dipakai dalam pembiayaan pengeluaran lainnya.

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan saham yang dipersentasekan bagi sebuah perusahaan yang dipunyai oleh suatu lembaga yang mampu melakukan pengelolaan dana dengan nama dari orang lain atau biasa disebut dengan lembaga keuangan nonbank serta pemilik blockholder (seorang investor yang punya kedudukan pemilik saham kurang dari 5%). Makin besar nilai kepemilikan institusional maka diinginkan dapat menunjukkan pengontrolan yang bagus. Struktur kepemilikan pada sebuah perusahaan menggambarkan adanya pengorbanan pada pemakaian sumber daya yang dilakukan secara efisien untuk meningkatkan profit, yang mana

kepemilikan pada sebuah perusahaan akan menyebar untuk meminimalisir insentif kepada seorang manajer serta memaksimalkan profit.

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan memperlihatkan keberhasilan dalam melakukan investasi periode terdahulu serta mampu dipakai dalam memprediksi pertumbuhan masa mendatang. Suatu perusahaan yang memiliki penjualan yang relatif stabil mampu lebih aman mendapatkan pinjaman yang lebih tinggi serta memikul beban tetap yang besar bila dibandingkan dengan suatu perusahaan dengan penjualan yang kurang stabil. Pertumbuhan penjualan memperlihatkan bahwa makin tinggi penjualannya maka makin besar pula keuntungan yang didapatkan oleh suatu perusahaan sehingga laba yang dibebankan dari sebuah perusahaan akan makin tinggi.

Tax Avoidance

Penghindaran perpajakan atau biasa disebut dengan *tax avoidance* merupakan sebuah usaha dalam meminimalisir secara legal yang dijalankan dengan langkah pemanfaatan ketentuan pada bidang pajak dengan lebih optimal seperti, pemotongan dan pengecualian yang diperkenankan ataupun manfaat halyang tidak diatur serta kelemahan yang terdapat pada aturan pajak yang berlaku (Ardianti dan Novia, 2019). Penghindaran pajak bertujuan untuk melakukan rekayasa wajib pajak supaya beban pajak mampu dipressure sekecil mungkin dengan pemanfaatan celah aturan perpajakan yang terdapat untuk meningkatkan nominal keuntungan sehabis pajak, karena pada hal ini unsur dari pengurangan laba disebut dengan pajak. Untuk itu, *tax avoidance* tidak menjadi pelanggaran atas UU perpajakan atau jika dilihat secara etika disebut salah mengacu pada usaha kewajiban pajak untuk meringankan, meminimalkan, menghindari, ataupun mengurangi beban perpajakan yang memungkinkan oleh UU perpajakan (Noviyani dan Muid, 2019).

III. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang mana pada riset ini tidak terlalu dititikberatkan pada pendalaman sebuah data, yang terpenting mampu menyimpan data banyak dengan populasi luas. Meskipun populasi tinggi namun mampu dengan mudah dilakukan analisis, baik melalui rumus secara statistic ataupun computer. Sehingga peran statistic mampu mendominasi proses pemecahan masalah (Sugiyono, 2016:112).

Populasi dan Sampel

Populasi yang dipakai pada riset ini yakni perusahaan sawit yang dimuat di BEI yang berjumlah 24 perusahaan. Adapun kriteria-kriteria yang telah ditentukan pada riset ini seperti berikut: (a) Perusahaan sawit yang tercatat di BEI secara kontinu selama periode 2017 hingga 2021. (b) Perusahaan sawit yang belum menghadapi kerugian pada periode 2017 hingga 2021. (c) Perusahaan sawit tidak mempergunakan mata uang rupiah dalam pelaporan finansial saat 2017-2021 (d) Perusahaan sawit yang tidak mempublikasikan laporan keuangan pada periode tahun 2017-2021. Berdasarkan informasi yang diperoleh di BEI, maka dapat diketahui jumlah populasi perusahaan sawit yang *listing* pada periode 2017-2021, yang berjumlah 65 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data riset ini berasal dari dokumentasi laporan keuangan tahunan di BEI dengan melakukan akses di suatu situs resmi BEI yaitu pada website idx.co.id.

Operasional Variabel Penelitian

Ukuran perusahaan pada riset ini adalah ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan kelapa sawit yang tercatat di BEI periode 2017-2021. Untuk mengukur suatu ukuran perusahaan dilakukan perhitungan dengan memakai indikator sebagai berikut (Ariska et al., 2020):

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln}(\text{total Assets}) \dots \dots \dots (1)$$

Profitabilitas yaitu sebuah pengukuran kinerja dalam mendeskripsikan kemampuan untuk menciptakan keuntungan selama jangka waktu tertentu pada sebuah perusahaan kelapasawit yang tercatat di BEI periode 2017-2021. Rumus perhitungan ROA adalah seperti berikut (Artinasari dan Mildawati, 2018):

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\% \dots \dots \dots (2)$$

Leverage pada riset ini yakni rasio yang dipakai untuk melakukan pengukuran dalam seberapa jauh sebuah perusahaan kelapasawit yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 tersebut memakai utangnya untuk menjalankan pembiayaan kegiatan secara operasional. Untuk menghitung *leverage*, proksi yang dipakai dalam pengukuran *leverage* yaitu DER yang dikutip dari penelitian (Widiyani et al., 2017).

$$\text{DER} = \frac{\text{Jumlah Hutang (Debs)/Modal Sendiri (Equity)}}{100\%} \dots \dots \dots (3)$$

Kepemilikan yang dilakukan secara institusional merupakan suatu saham yang dimiliki oleh sebuah dana perwakilan, institusi: luar negeri, berbadan hukum, keuangan, pemerintahan, serta institusi lain pada tahun terakhir. Untuk melakukan pengukuran kepemilikan Institusional adalah seperti berikut (Marlinda et al., 2020):

$$\text{Kepemilikan institusional} = \frac{\text{Jumlah saham institusional}}{\text{total saham yang beredar}} \dots \dots \dots (4)$$

Sales growth atau pertumbuhan penjualan memberikan gambaran perkembangan tingkatan penjualan setiap tahunnya. *Sales growth* mampu dihitung dengan cara pengurangan penjualan diakhir periode dengan penjualan periode semula dibagi penjualan periode awal, dijabarkan sebagai berikut (Mahdiana dan Amin, 2020):

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{sales}_i - \text{sales}_0}{\text{sales}_0} \dots \dots \dots (5)$$

Penghindaran perpajakan atau biasa disebut dengan *tax avoidance* merupakan sebuah usaha dalam meminimalisir secara legal yang dijalankan dengan langkah pemanfaatan ketentuan pada bidang pajak dengan lebih optimal seperti, pemotongan dan pengecualian yang diperkenankan ataupun manfaat hal yang tidak diatur serta kelemahan yang terdapat pada aturan pajak yang berlaku. perhitungan CETR menurut (Primasari, 2019) seperti berikut:

$$\text{CETR} = \frac{\text{Pembayaran pajak/Laba sebelum Pajak}}{\dots} \dots \dots (6)$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada riset ini memakai analisis regresi, dengan menggunakan persamaan $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$

IV. HASIL

1. Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,844 ^a	0,713	0,689	0,3925026

Sumber: Data diolah, 2022

Mengacu pada tabel diatas, terlihat bahwa nilai dari Adjusted R-square senilai 0,689, sehingga mampu dijelaskan bahwa keseluruhan variabel memberikan sumbangan pengaruh yang secara bersamaan sebesar 68,9% kepada *tax avoidance*, serta sisanya 31,1% terpengaruh oleh variabel lainnya.

2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22,590	5	4,518	29,327	0,000 ^b
Residual	9,089	59	0,154		
Total	31,680	64			

Sumber: Data diolah, 2022

Mengacu pada tabel di atas, didapatkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitungnya 29,327. Hasil ini mempunyai arti bahwa keseluruhan variabel berpengaruh secara bersama-sama kepada *tax avoidance*, sehingga riset ini layak untuk dijalankan. Berdasarkan hasil analisis yang dijalankan pada riset ini, didapatkan hasil pengujian statistic t seperti berikut:

3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,786	1,372		-2,759	0,008
Ukuran Perusahaan	0,111	0,047	0,193	2,346	0,022
Profitabilitas	0,020	0,004	0,408	4,628	0,000
Leverage	0,001	0,001	0,097	1,274	0,208
Kepemilikan Institusional	0,758	0,257	0,247	2,950	0,005
Pertumbuhan Penjualan	0,465	0,179	0,245	2,600	0,012

Sumber: Data diolah, 2022

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Tax Avoidance*

Mengacu pada hasil analisis, nilai sig. sebesar 0,022 ($0,022 < 0,05$), dengan nilai koefisien regresinya senilai 0,111, sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa ukuran dari sebuah perusahaan mampu memberikan positif kepada *tax avoidance* pada suatu perusahaan

sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021. Mampu dikatakan bahwa perubahan ukuran perusahaan akan mempengaruhi penghindaran dari suatu pajak pada sebuah perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021.

Ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan mampu terlihat melalui total asset yang dipunyai oleh sebuah perusahaan. Makin tinggi total asset menunjukkan makin tinggi pula skala perusahaan tersebut, sehingga sebuah perusahaan dapat menciptakan laba yang tinggi. Sehingga suatu perusahaan akan melakukan pembayaran pajak dengan nominal yang tinggi. Suatu perusahaan mampu menjalankan penghindaran perpajakan dengan menitik beratkan biaya penyusutan atas asset yang perusahaan tersebut miliki. Makin tinggi perusahaan itu sendiri maka makin besar asset yang dipunyai sehingga pembiayaan penyusutan meningkat serta perusahaan melakukan pembayaran pajak dengan nominal yang sedikit. Pada penghindaran pajak, dari sebuah perusahaan yang berkategori besar dilihat dapat melakukan pembiayaan pada semua aktivitas perusahaan. Seperti tenaga ahli manajer yang bagus dipekerjakan pada suatu perusahaan itu sendiri untuk mampu mengakali bagaimana langkah supaya meminimalisir pembayaran beban perpajakan. Hasil ini sejalan dengan (Handayani, 2018); (Apriliyanti & Sugiakto, 2020) yang menyatakan bahwa ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan memiliki pengaruh signifikan kepada penghindaran perpajakan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Tax Avoidance*

Mengacu pada hasil analisis, nilai sig. senilai 0,000 ($0,000 < 0,05$), dengan nilai koefisien regresinya senilai 0,020, sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa profitabilitas mampu memberikan positif kepada *tax avoidance* pada suatu perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021. Mampu dikatakan bahwa perubahan profitabilitas akan mempengaruhi penghindaran dari suatu pajak pada sebuah perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021.

Profitabilitas adalah sebuah gambaran yang memperlihatkan kinerja keuangan dari suatu perusahaan dalam menciptakan laba. Profitabilitas dari suatu perusahaan dengan *tax avoidance* akan mempunyai ikatan yang positif serta jika suatu perusahaan mengharapkan untuk menjalankan *tax avoidance* maka wajib efisien dari sudut beban, jadi tidak memerlukan pembayaran pajak dengan jumlah yang tidak sedikit. Sebuah perusahaan yang memiliki profitabilitas yang bagus, menunjukkan memiliki nilai *effective tax rates* yang amat besar. Hal tersebut dikarenakan keuntungan yang diciptakan oleh sebuah perusahaan adalah dasar pengenaan perpajakan penghasilan sehingga suatu perusahaan akan berupaya melakukan penghindaran kenaikan pajaknya dengan menerapkan penghindaran perpajakan. Suatu perusahaan dengan profitabilitas yang besar mempunyai peluang untuk menduduki *tax planning* yang meminimalisir nominal beban kewajiban pajak. Sejalan dengan (Widiyani *et al.*, 2019), menunjukkan bahwa adanya hubungan positif profitabilitas dengan penghindaran perpajakan.

Pengaruh *Leverage* terhadap *Tax Avoidance*

Mengacu pada hasil analisis, nilai sig. sebesar 0,208 ($0,208 > 0,05$), dengan nilai koefisien regresinya senilai 0,001, sehingga hipotesis ditolak. Memberikan arti bahwa *leverage* tidak memberikan pengaruh kepada *tax avoidance* pada perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021. Mampu dikatakan bahwa perubahan *leverage* tidak akan memberikan pengaruh penghindaran dari suatu pajak pada sebuah perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021.

Leverage adalah sebuah perbandingan yang memperlihatkan tingginya utang yang dipakai dalam membiayai perusahaan untuk melakukan kegiatan operasinya. Makin tinggi pemakaian utang oleh sebuah perusahaan, maka makin tinggi pula nominal beban bunga yang ditanggung

oleh perusahaan tersebut sehingga mampu meminimalisir keuntungan sebelum terkena pajak dari suatu perusahaan yang berikutnya akan mampu meminimalisir tingginya pajak yang nantinya wajib dibayar oleh perusahaan itu sendiri. Hal ini yang menjadikan alasan untuk perusahaan dalam menggunakan utang sebagai sumber pendanaannya (Kasmir, 2019:197). Kenaikan utang yang terbilang tinggi menunjukkan adanya kegiatan *tax avoidance* yang besar pula pada sebuah perusahaan. Hal tersebut dikarenakan adanya utang akan meminimalisir pembiayaan pajak yang bertujuan supaya pembiayaan yang harusnya untuk melakukan pembayaran pajak mampu digunakan untuk hal yang lain. Biaya itu sendiri mampu digunakan untuk melakukan pembayaran utang yang dipunyai tersebut serta dipakai dalam pembiayaan pengeluaran lainnya. Hasil ini sejalan dengan Ariska et al (2020) menyebutkan bahwa tidak adanya hubungan positif antara *leverage* dengan *tax avoidance*.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap *Tax Avoidance*

Mengacu pada hasil analisis, nilai sigsebesar 0,005 ($0,005 < 0,05$), dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,758, sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa kepemilikan yang dilakukan secara institusional memberikan sebuah pengaruh positif kepada *tax avoidance* pada organisasi sawit yang tercatat di BEI pada tahun 2017 – 2021. Mampu dikatakan bahwa perubahan kepemilikan yang dilakukan secara institusional akan mampu memberikan pengaruh penghindaran dari suatu pajak pada sebuah perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021.

Kepemilikan institusional merupakan saham yang dipersentasekan bagi sebuah perusahaan yang dipunyai oleh suatu lembaga yang mampu melakukan pengelolaan dana dengan nama dari orang lain atau biasa disebut dengan lembaga keuangan nonbank serta pemilik *blockholder* (seorang investor yang punya kedudukan pemilik saham kurang dari 5%). Makin besar nilai kepemilikan institusional maka diinginkan dapat menunjukkan pengontrolan yang bagus. Struktur kepemilikan pada sebuah perusahaan menggambarkan adanya pengorbanan pada pemakaian sumber daya yang dilakukan secara efisien untuk meningkatkan profit yang didapatkan, yang mana kepemilikan pada sebuah perusahaan akan menyebar untuk meminimalisir insentif kepada seorang manajer serta memaksimalkan profit. Hasil ini sejalan dengan Prasetyo dan Pramuka (2018); (Randy & Wibowo, 2022) menggambarkan bahwa adanya keterikatan secara positif antara kepemilikan yang dilakukan secara institusional dengan penghindaran perpajakan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap *Tax Avoidance*

Mengacu pada hasil analisis, nilai sig, sebesar 0,012 ($0,012 < 0,05$), dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,465, sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa pertumbuhan dari sebuah perusahaan memberikan pengaruh secara positif kepada *tax avoidance* pada sebuah perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021. Mampu dikatakan bahwa perubahan pertumbuhan perusahaan akan mempengaruhi penghindaran dari suatu pajak pada sebuah perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021.

Pertumbuhan penjualan memperlihatkan keberhasilan dalam melakukan investasi periode terdahulu serta mampu dipakai dalam memprediksi pertumbuhan masa mendatang. Suatu perusahaan yang memiliki penjualan yang relatif stabil mampu lebih aman mendapatkan pinjaman yang lebih tinggi serta memikul beban tetap yang besar bila dibandingkan dengan suatu perusahaan dengan penjualan yang kurang stabil. Pertumbuhan penjualan memperlihatkan bahwa makin tinggi penjualannya maka makin besar pula keuntungan yang didapatkan oleh suatu perusahaan sehingga laba yang dibebankan dari sebuah perusahaan akan makin tinggi. Hasil ini sejalan dengan (Akbar et al., 2020), (Baringbing & Wi, 2022) memberikan sebuah gambaran

bahwa terdapat hubungan positif antara pertumbuhan penjualan dengan penghindaran perpajakan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional dan Pertumbuhan Penjualan terhadap *Tax Avoidance*

Mengacu pada tabel di atas, nilai sig.0,000 <0,05 dengan nilai F hitungnya 29,327. Hasil ini mempunyai arti bahwa keseluruhan variabel berpengaruh secara bersama-sama kepada penghindaran perpajakan pada perusahaan sawit yang tercatat diBEI tahun 2017 – 2021. Mampu dikatakan bahwa perubahan ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan yang dilakukan secara institusional serta pertumbuhan dalam melakukan penjualan secara bersama-sama akan mempengaruhi *tax avoidance* pada perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021.

V. KESIMPULAN

Adapun simpulan pada riset ini adalah (1) ukuran dari sebuah perusahaan mampu memberikan positif kepada *tax avoidance* pada suatu perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021. Dengan kata lain perubahan ukuran perusahaan akan mempengaruhi penghindaran dari suatu pajak pada sebuah perusahaan sawit yang tercatat di BEI tahun 2017 – 2021. (2) Profitabilitas mampu memberikan positif kepada *tax avoidance* pada suatu perusahaan sawit yang tercatat diBEI tahun 2017 – 2021. Dengan kata lain perubahan profitabilitas akan mempengaruhi penghindaran dari suatu pajak pada organisasi sawit BEI tahun 2017 – 2021. (3) *leverage* tidak mampu memberikan pengaruh kepada *tax avoidance* pada organisasi sawit BEI tahun 2017 – 2021. Dengan kata lain perubahan *leverage* tidak akan memberikan pengaruh penghindaran dari suatu pajak pada sebuah perusahaan sawit BEI tahun 2017 – 2021. (4) Kepemilikan yang dilakukan secara institusional memberikan sebuah pengaruh positif kepada penghindaran perpajakan atau *tax avoidance* pada pada organisasi sawit BEI tahun 2017 – 2021. Dengan kata lain perubahan kepemilikan yang dilakukan secara institusional akan mampu memberikan pengaruh penghindaran dari suatu pajak pada organisasi sawit BEI tahun 2017 – 2021. (5) Pertumbuhan dari sebuah perusahaan memberi pengaruh yang secara positif kepada *tax avoidance* pada organisasi sawit BEI tahun 2017 – 2021. Dengan kata lain perubahan pertumbuhan perusahaan akan mempengaruhi penghindaran dari suatu pajak pada organisasi sawit BEI tahun 2017 – 2021. (6) Perubahan ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, *leverage*, profitabilitas, kepemilikan yang dilakukan secara institusional dan pertumbuhan dalam melakukan penjualan secara bersama-sama akan akan mempengaruhi penghindaran perpajakan pada organisasi sawit BEI tahun 2017 – 2021..

Adapun saran pada riset ini yakni bagi perusahaan sawit yang tercatat diBEI, hasil penelitian ini dipakai sebagai landasan dalam menjalankan *tax avoidance*. Hal tersebut dapat dijalankan dengan cara memperhatikan ukuran yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan yang dilakukan secara institusional, serta pertumbuhan dalam melakukan penjualan yang dialami oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Z. et al. (2020). Analisis Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Kepemilikan Keluarga Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 7(2), 190–199.

- Anindyka, D., Pratomo, D., & Kurnia. (2018). Pengaruh Leverage (DAR), Capital Intensity, dan Inventory Intensity terhadap Tax Avoidance (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2015). *e-Proceeding of Management*, 5(1), 713–719.
- Apriliyanti, R., & Sugiakto, C. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Financial Distress, Reputasi KapTerhadap Opini Audit Ging Concern Pada Perusahaan ManufakturYang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016–2018. *Jurnal Ilmiah Dan Teknologi*, 12(1), 1–13.
- Ardianti, H., & Novia, P. (2019). Profitabilitas, Leverage, dan Komite Audit Pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(2019), 2020.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. W. (2020). Leverage , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas dan Pengaruhnya Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 01(01), 133–142.
- Artinasari, N., & Mildawati, T. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Capital Intensity, dan Inventory Intensity terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(8), 1–18.
- Astra-agro. (2021). Kemenkeu: Sawit Sumbang Pajak Rp 20 T per Tahun, Tampung 20 Juta Pekerja.
- Aulia, I., & Mahpudin, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Syntax Idea*, 3(2), 354.
- Baringbing, M., & Wi, P. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak (Study Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 684–690.
- BetaHita. (2021). Gelap Pajak di Kebun Sawit.
- Handayani, R. (2018). Pengaruh Return on Assets (ROA), Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Perbankan yang Listing di BEI Periode Tahun 2012-2015. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 10(1), 72–84.
- Hidayat, W. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 19–26.
- Jogiyanto. (2013). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Kasmir. (2019). analisi laporan keuangan jakarta Rajawali Persada. *Journal of Business & Banking*.
- Krisna, A. M. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial pada Tax Avoidance dengan Kualitas Audit sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 18(2), 82–91.
- Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1), 127–138.
- Marlinda, D. E., Titisari, K. H., & Masitoh, E. (2020). Pengaruh Gcg, Profitabilitas, Capital Intensity, dan Ukuran Perusahaan terhadap Tax Avoidance. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(1), 39.
- Noviyani, E., & Muid, D. (2019). Pengaruh Return on Assets, Leverage, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap, dan Kepemilikan Institusional terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1–11.

- Prasetyo, I., & Pramuka, B. A. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Proporsi Dewan Komisaris Independen terhadap Manajemen Laba. *JEBDEER: Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research*, 1(2), 1–8.
- Primasari, N. H. (2019). LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROPORSI KOMISARIS INDEPENDEN DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP TAX AVOIDANCE (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 1–9.
- Randy, R., & Wibowo, S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Financial Leverage Dan Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 811–820.
- Rozak, T. S., Hardiyanto, A. T., & Fadilah, H. (2017). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP TAX AVOIDANCE (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017). *Neuropsychology*, 3(8), 85–102.
- Sari, M. (2018). Pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Eksekutif Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 298–306.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Vivi Oktavia, Jefri Ulfi, & wijaya kusuma, J. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Tax Avoidance (Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode 2015 - 2018). *Jurnal Revenue*, 01(02), 143–151.
- Widagdo, R. A., Kalbuana, N., & Yanti, D. R. (2020). Pengaruh Capital Intensity, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 3(2), 46–59.
- Widiyani, N. P. A., Sunarsih, N. M., & Dewi, N. P. S. (2017). PENGARUH LEVERAGE, UMUR PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP TAX AVOIDANCE. *Journal Ecobisma*, 110265, 110493.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi *Online* Tokopedia

Shelly Novianty¹, Agus Kusnawan²

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾shellynovianty11@gmail.com

²⁾kusnawanagus71@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:
kualitas pelayanan,
kualitas produk,
harga,
keputusan pembelian

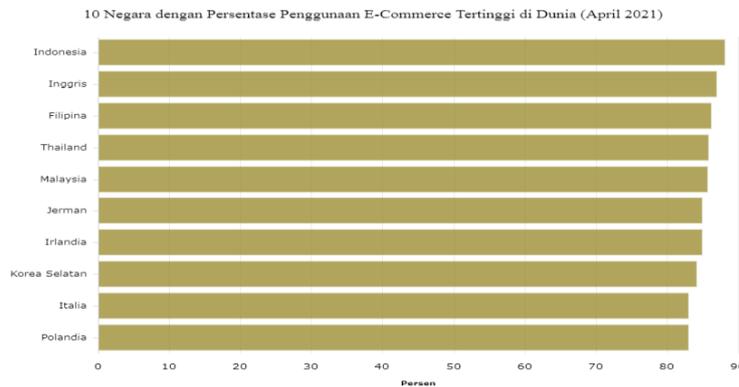
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pelanggan di Tokopedia. Dilaksanakan penelitian dengan metode kuantitatif. Populasi Dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah pernah membeli produk di Tokopedia dan sampelnya adalah sebanyak 109 orang yang ditetapkan berdasarkan metode simple random sampling dengan ukuran tertentu. Dalam penelitiannya ini dipergunakan uji analisis data yakni regresi sederhana yang sebelumnya dilaksanakan terlebih dahulu uji asumsi klasik, uji validitas, dan reliabilitas. Dari analisis yang dilakukan diperoleh hasil penelitian bahwa Terdapat dampak yang diberikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga baik secara parsial maupun simultan

I. PENDAHULUAN

Suksesnya setiap perusahaan didasari oleh pengelolaan manajemen pemasaran yang tertata dengan baik. Pemasaran sangat penting serta paling efektif dalam merepresentasikan produk ataupun jasa pada calon pengguna. *Marketing* ialah proses dalam pengenalan produk ataupun jasa sehingga diketahui oleh masyarakat. Tahapan pemasaran berlangsung mulai dari penetapan strategi sampai dengan konsumen dapat menikmatinya. *E-commerce* sendiri ialah kegiatan perjualbelian jasa yang dilaksanakan melalui jaringan elektronik khususnya internet, *E-commerce* ini adalah bagian dari bisnis *online* yang mana memiliki cakupan yang cukup luas bukan sekadar perniagaan akan tetapi juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan kerja dan lain sebagainya. *E-commerce* ini memberikan gambaran berkenaan dengan proses perjualbelian yang dilaksanakan melalui internet.

Saat ini kemajuan teknologi telah memberikan perubahan terhadap gaya hidup penggunanya. Berdasarkan hasil laporan *We Are Social* pada tahun 2021, jumlah penggunaan *E-commerce* Indonesia tertinggi di Dunia. *We Are Social* telah melakukan survei pengguna *E-commerce* di Dunia dan mengumumkan bahwa jumlah pengguna *E-commerce* di Indonesia sangat tinggi dari negara lain dengan persentase sebanyak 88,1%.

Gambar 1 Pengguna *E-commerce* Tertinggi Di Dunia



Sumber: *We Are Social*, April 2021

Dengan adanya *E-commerce* terbentuk seiring perkembangan teknologi digital, tidak terpungkiri perkembangan dunia bisnis dan pemasaran di Indonesia sangat maju. Sekarang sudah banyak orang yang memanfaatkan teknologi digital untuk berbisnis melalui aplikasi mengingat jumlah penggunaan internet bertumbuh pesat dan dapat dijadikan sebuah potensial pasar bagi pebisnis. Sebagian dari pengguna internet Indonesia, telah banyak yang melaksanakan jual beli melalui *online*. Trend dalam belanja *online* ini telah memiliki banyak peminat karena dalam memutuskan untuk melaksanakan pembelian serta serumit pembelian *offline*. Kegiatan belanja *Online* ini cenderung lebih mudah, fleksibel, menghemat biaya, dan berbagai manfaat lainnya. Proses keputusan untuk melakukan pembelian secara *online* dimulai dengan mencari informasi, melakukan perbandingan dengan alternatif yang ada, serta penetapan keputusan. Ketika mencari informasi konsumen akan berusaha mencari dasar atau referensi secara online dari manapun. Pencarian informasi dapat bersumber dari pihak lain yang telah memperoleh manfaat dari produk yang dibeli.

Gambar 2 Top 10 *E-commerce* di Indonesia Kuartal 3 2021

iprice insights

PRODUK KUPON TREND View in English

Telusuri Persaingan Toko Online di Indonesia

Filter berdasarkan: Bisnis Model Tipe Toko Asal Toko

Pilih Data per Kuartal: Q4-2018

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	768.000.000	#2	#3	182.280	1.028.890	8.028.100	2.215
2 BL Bukalapak	116.000.000	#4	#4	145.610	486.460	2.410.200	2.275
3 Shopee	67.677.900	#1	#1	58.180	1.788.340	14.003.700	2.263
4 Lazada	58.388.400	#3	#2	362.400	945.490	27.940.900	2.024
5 Blibli	43.097.200	#7	#6	482.280	449.840	8.301.900	1.120
6 JD ID	16.978.200	#5	#5	21.020	329.250	779.800	891
7 Zalora	5.518.600	#6	#8	67.100	314.100	7.676.600	442
8 S&B S&B Sale Stock Indonesia	4.627.600	#9	#7	14.450	606.470	4.354.900	545
9 Elevenia	3.938.000	#14	#11	111.430	121.230	1.191.300	302
10 iLotte	3.517.400	#13	#14	1.520	50.590	54.900	121

Sumber: iPrice

Menurut data iPrice, Tokopedia berhasil menduduki peringkat pertama pada kuartal ketiga tahun 2021. Tokopedia menjadi *website* dengan pengunjung paling banyak yakni sebanyak 158 juta kandungan setiap bulannya. Dari banyaknya *E-commerce* di Indonesia, Tokopedia merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku usaha yang memanfaatkan kesempatan ini untuk mendaftarkan dan mengaktifkan usahanya ke *E-commerce*. Dengan demikian maka begitu besar serta menjadi daya tarik tersendiri. Tokopedia merupakan salah satu platform yang memberikan penawaran yang cukup lengkap serta memiliki banyak variasi. Bukan sekadar menyediakan produk fashion, elektronik, dan lain sebagainya. Akan tetapi platform ini juga memberikan layanan pada pembayaran BPJS, PLN dan lain sebagainya. Terlebih pada Tokopedia ini menyediakan fitur untuk memesan tiket penerbangan dan juga perhotelan hanya dengan satu situs aplikasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah berbagai bentuk kegiatan yang diberikan satu pihak pada pelanggan guna agar didapatkan kepuasan pada pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam (Atmaja, 2018) kualitas pelayanan yaitu: “Kualitas Pelayanan dapat dimaknai dengan sebuah upaya untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan dari konsumen dan juga cara penyampaian yang tepat sehingga harapan konsumen terimbangi.”

Menurut Atmaja (2018) kualitas layanan yaitu: “Kualitas Pelayanan merupakan sejauh mana sebaik mana tingkat layanan yang diberikan serta dapat memenuhi sudut pandang pelanggan.”

Kualitas Produk

Kualitas Dari produk merupakan faktor yang dapat mendorong adanya kepuasan akan kebutuhan dari konsumen dari jasa atau produk yang diperlukan. Kualitas produk ialah suatu pemahaman berkenaan dengan nilai jual dari produk.

Menurut W.J. Stanton dalam buku (Buchari Alma, 2018, 140), produk yaitu: “kumpulan atribut baik yang memiliki wujud ataupun tidak memiliki wujud termasuk juga berkaitan dengan waktu, harga, image, dan layanan”

Menurut Kotler dalam buku (Buchari Alma, 2018,140), produk yaitu: “berbagai hal yang dapat ditawarkan oleh konsumen pada pasar guna agar kebutuhan dan keinginan dari konsumen dapat terpuaskan. Produk Terdiri dari barang, njasa, norang, kepemilikan dan lain sebagainya.”

Harga

Harga ialah sebuah nilai uang yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebagai imbalan dari barang ataupun jasa yang diperdagangkan serta sesuatu yang lain yang terdapat dalam sebuah perusahaan guna agar keinginan pelanggan dapat terpuaskan. Setiap konsumen dengan persepsi

masing-masing pada produk, dan melakukan perbandingan dengan perusahaan dengan jenis produk yang sama.

Berdasarkan kesimpulan dari harga dapat diketahui bahwa harga merupakan sejumlah uang yang hendaknya dibayarkan oleh pembeli kepada pihak yang menjual sehingga diperoleh barang dan jasa yang hendak dibeli. Karenanya harga secara umum ditetapkan oleh penjual atau pihak yang memiliki jasa.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dapat dimaknai dengan sebuah proses dalam menetapkan keputusan konsumen akan membeli yang mengkombinasikan pengetahuan yang didapatkan untuk menetapkan dua atau lebih ketersediaan alternatif produk.

Menurut Suryani: “Keputusan pembelian yakni sebuah keputusan yang telah ditetapkan karena adanya rangsangan baik yang sumbernya dari luar atau dari dalam.”

Menurut (Agustina et al., 2019): “Keputusan Pembelian yakni sebuah proses yang dilaksanakan konsumen dalam pemilihan sebuah produk serta menetapkan sebuah keputusan pembelian.”

Menurut Kotler dalam (Ramadhanti, 2019), keputusan pembelian yaitu: “Keputusan pembelian merupakan kegiatan pembelian merek yang paling disukai akan tetapi terdapat faktor yakni niat pembeli atau keputusan dalam pembelian.”

Berdasarkan kesimpulan dari keputusan pembelian dapat diketahui bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah kegiatan untuk melakukan pembelian sejumlah barang ataupun jasa dengan dasar informasi yang diperoleh berkenaan dengan produk serta segera ketika kebutuhan serta keinginan timbul dan kegiatan tersebut merupakan informasi untuk melakukan pembelian.

III. METODE

Dipergunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Dilaksanakan penelitian pada Platform Traveloka yang mana ialah salah satu perusahaan daring yang terdapat di Indonesia. Dipergunakan jenis data Primer dan Sekunder dengan populasi dan sampel yakni konsumen Tokopedia, ditetapkan sampel sebanyak 99 orang pengguna Tokopedia yang dipilih berdasarkan metode simple random sampling. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yakni kuesioner, observasi, dan wawancara. *Sedangkan* teknik analisis data penelitian ini yakni uji regres sederhana yang sebelumnya sudah dipastikan memenuhi syarat asumsi klasik.

IV. HASIL

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1 Koefisien Determinasi

Variabel	R-Aquare
Kualitas Pelayanan	0,761
Kualitas Produk	0,821
Harga	0,735

Berdasarkan Tabel 1 diatas, diketahui besarnya dampak Kualitas Pelayanan (X_1), pada Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0.761 atau 76,1%, dan sisanya dipengaruhi faktor lain diluar penelitian. Kualitas Produk (X_2), pada Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0.821 atau 82,1%, dan sisanya dipengaruhi faktor lainnya di luar penelitian. Harga (X_3), pada Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0.735 atau 73,5%, dan sisanya dipengaruhi faktor lainnya diluar penelitian.

2. Tabel Uji Hipotesis

Tabel 2 Hasil Uji Regresi

Variabel	B	t-hitung	Sig
Kualitas Pelayanan	5.622	15.497	.000
Kualitas Produk	4.051	15.089	.000
Harga	3.475	15.727	.000

$\beta_1 = 5.622$, berarti jika Kualitas Pelayanan meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian akan turut mengalami peningkatan sebesar 0.876.

$\beta_2 = 4.051$, berarti jika terdapat peningkatan kualitas pelayanan sebanyak satu satuan maka Keputusan pembelian akan turut mengalami peningkatan sebesar 0.902

$\beta_3 = 3.475$, berarti jika terdapat peningkatan Harga sebanyak satu satuan, maka keputusan pembelian akan turut mengalami peningkatan sebesar 0.911.

3. Uji T

Tabel 3 Hasil Uji T

Variabel	t-hitung	Sig
Kualitas Pelayanan	15.497	.000
Kualitas Produk	15.089	.000
Harga	15.727	.000

Hasil uji t kualitas pelayanan (X_1) bernilai t-hitung sebesar 15.497 dengan sign 0,000. Artinya kualitas pelayanan berdampak pada keputusan pembelian, sehingga H_1 diterima. Kualitas produk (X_2) bernilai t-hitung sebesar 15.089 dengan sign 0,000. Artinya kualitas

produk berdampak pada keputusan pembelian, sehingga H2 diterima. Harga (X3) diperoleh t-hitung sebesar 15.727 dengan sig 0,000. Artinya harga berdampak pada keputusan pembelian, sehingga H3 diterima.

4. Uji F

**Tabel 8 Hasil Uji Simultan
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2076.905	3	692.302	127.445	.000 ^b
	Residual	570.379	105	5.432		
	Total	2647.284	108			

Berdasarkan hasil yang dilaksanakan diperoleh nilai F hitung 127.445 dengan sig 0,000. Artinya seluruh variabel bebas berdampak secara simultan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga H4 diterima.

5. Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan memberikan dampak pada keputusan pembelian secara positif, sehingga H1 Diterima. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan pada Tokopedia ini memenuhi Unsur 1) Harga diri yang terdiri atas Prosedur/tata cara dalam melayani dapat dilaksanakan dengan cepat, mudah, tepat, singkap, dan mudah dipahami. 2) Kejelasan Dan Kepastian Yakni Terdapat Kejelasan dan kepastian dalam persyaratan pelayanan, rincian biaya/tarif pelayanan dan tatancaran pembayarannya. 3) Keamanan yakni merupakan proses hasil layanan dapat memberikan keamanan, kenyamanan, serta kepastian bagi masyarakat. 4) Keterbukaan yakni menginformasikan pada konsumen sehingga konsumen mudah untuk mengetahui serta memahami tanpa diminta. 5) Ketepatan Waktu yakni Pelaksanaan pelayanan yang diberikan masyarakat dapat terselesaikan pada waktu yang sebelumnya telah ditetapkan. Penelitian Ini sesuai dengan temuan dari Pramesti (2017), Dewantoro (2020), Siregar (2021), dan Wahyudi (2020).

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk memberikan dampak pada keputusan pembelian, sehingga H2 Diterima. Dari temuan tersebut dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan faktor yang dapat mendorong adanya kepuasan akan kebutuhan dari konsumen dari jasa atau produk yang diperlukan. Kualitas produk ialah suatu pemahaman berkenaan dengan nilai jual dari produk. Dari temuan tersebut diketahui bahwa kualitas produk Tokopedia pada

penelitian ini memenuhi indikator: a) Daya Tahan yakni Ketahanan diukur dengan usia dari produk. b) Kualitas yakni Mutu dipandang dengan merk, iklan, reputasi, perusahaan serta negara asal produk. c) Keistimewaan yakni Keistimewaan berkaitan dengan keunggulan yang dimiliki produk.

Penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Dewantoro (2020) dan Siregar (2021) dengan temuan bahwa kualitas produk memberi dampak pada keputusan pembelian.

c. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Harga memberikan dampak positif pada keputusan pembelian, sehingga H3 diterima. Pemahaman Konsumen tentang harga memiliki dampak penting pada kebijakan penetapan harga. Berdasarkan Hasil yang didapatkan diperoleh bahwa harga yang ada pada Tokopedia ini memenuhi indikator harga diantaranya 1) Keterjangkauan harga yakni harga yang relatif rendah dan dapat dijangkau oleh konsumen sebelum mereka membeli. Konsumen akan mencari produk sesuai dengan kemampuan pembelian mereka. 2) harga setara dengan produk yakni bagi produk tertentu umumnya konsumen tidak akan merasakan keberatan jika harus melakukan pembelian dengan harga yang cukup mahal akan tetapi mereka akan melakukan perbandingan jika terdapat harga yang murah namun kualitasnya kurang lebih sama. 3) Daya Saing harga yakni dalam menentukan harga jual sebuah produk dengan mengindahkan aspek produk yang dijual oleh pesaing sehingga produknya dapat bersaing pada pasar. 4) harga setara dengan manfaat yang didapat, Konsumen yakni tidak jarang harga dari sebuah produk akan tetapi konsumen akan lebih mengutamakan manfaat dari produk.

Hasil penelitian ini selaras dengan pendapat dari Rasyid & Indah, (2018), Gunawan (2021), dan Devi (2019) bahwa harga berdampak pada keputusan pembelian.

V. KESIMPULAN

1. Kualitas Pelayanan memberi dampak pada keputusan pembelian dengan t-hitung sebesar 15.497 dengan sig 0,000 dan sig > 0,05, sehingga H1 diterima.
2. Kualitas produk memberi dampak pada keputusan pembelian dengan t-hitung sebesar 15.089 dengan sig 0,569 dan sig > 0,05 sehingga H2 diterima.
3. Kualitas produk memberi dampak pada keputusan pembelian dengan t-hitung sebesar 15.727 dengan sig 0,000, sehingga H3 diterima.
4. Kualitas pelayanan, kualitas produk, harga memberi dampak pada keputusan pembelian dengan f-hitung sebesar 127.445 dengan sig 0,000, sehingga H4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2017). *Pengaruh motivasi konsumen, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil*. 9(2), 105–110.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler & Keller. (2018). *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*. CV. Penerbit Qiara.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Sefung, A. T., Budhi, U., & Tangerang, D. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 5). www.cermati.com
- Lubis, A. S., Andayani, R., Bisnis, P. A., Politeknik, T., & Batam, N. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SUCOFINDO BATAM*.
- lusiah. (2018). *Loyalitas Pelanggan*.
- Rahman Mas'ud, A., Rombe, E., Nainggolan, E. P., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2018). *PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN ULANG KONSUMEN PADA CAFÉ DAN RESTO BANGI KOPITIAM DI KOTA PALU*. 4(1), 71–080.
- Ramadhanti, F. (2019). Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Peran Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk. In *JSMB* (Vol. 6, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb78>
- Razak, I. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 7(2).
- Sainuddin, S. (2021). *PENGUNAAN GADGET TERHADAP KELUARGA MUSLIM DI KECAMATAN BACUKIKI BARAT KOTA PAREPARE (ANALISIS FILSAFAT HUKUM ISLAM)*.
- Siti Normi. (2018). *Dasar - dasar manajemen*. expert.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Erje London Chemical). *ECo-Buss*, 3(2), 48–56.
- Yuliawan, E. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49

Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin, dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Harsan Teknik Indonesia

Fanny Thalia Anggraeni^{1)*}, Toni Yoyo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾fannythalia39@gmail.com

²⁾toni.yoyo1128@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Lingkungan Kerja
Disiplin Kerja
Motivasi Kerja
Kinerja Karyawan

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh lingkungan kerja, disiplin dan motivasi terhadap kinerja karyawan PT Harsan Teknik Indonesia. Pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dan observasi lapangan secara personal. Kuesioner disebarakan secara acak kepada 100 responden. Analisis data dilakukan dengan SPSS versi 25. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji reliabilitas dan validitas menggunakan cronbach alpha. Uji analisis regresi berganda untuk menjelaskan hipotesis penelitian.

Hasil analisis regresi berganda adalah $Y=21.316+0.282+0.256+0.261$, dan hasil korelasi ganda lingkungan kerja yang sedikit hubungannya dengan motivasi kerja adalah 0,261. Disiplin kerja berhubungan positif dengan skor sedang 0,256, dan motivasi kerja berhubungan positif dengan skor sedang 0,261, tetapi berhubungan positif dengan kinerja karyawan.

Untuk Thitung, lingkungan kerja memiliki Thitung sebesar 13,499 lebih besar dari Ttabel sebesar 1,98472 dengan signifikansi kurang dari 0,05. Disiplin tugas Thitung lebih besar dari 1,98472, signifikansi lebih kecil dari 0,000, dan nilai dinamis t lebih besar dari 1,98472 pada 18,742 tSignifikansi dari .t tabel dan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Ukuran F untuk model 1 adalah 351.268 dan nilainya $< . 0,000$. 0,000 untuk tingkat signifikansi 0,000. 0,05, nilai F untuk model 2 adalah 216.350, taraf signifikansi 0,000, nilai 0,000 $< 0,05$, Ho ditolak dan Ha diterima. H. Pada saat yang sama, lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi memiliki dampak yang besar terhadap kinerja karyawan.

I. PENDAHULUAN

Artinya sumber daya manusia (SDM) akan ini adalah salah satu variabel yang paling berpengaruh bagi perusahaan di era globalisasi. Baik untuk institusi maupun untuk bisnis. Selain itu, sumber daya manusia merupakan faktor penting yang mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Sumber daya manusia pada dasarnya adalah orang-orang yang dipekerjakan oleh suatu organisasi sebagai fasilitator dan perencana untuk mencapai tujuannya, dan tanggung jawab yang diberikan. Disiplin dalam lingkungan kerja diperlukan karena mengganggu pencapaian tujuan perusahaan. Karyawan yang bekerja pada perusahaan didorong dan dimotivasi dengan memberikan bonus yang sepadan dengan kinerja karyawan. Selain bonus, kami memberikan pelatihan agar karyawan dapat berkembang dan berperan aktif sesuai dengan kinerja dan tujuan perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Firmansyah, 2018) “Manajemen adalah Disiplin dan seni perencanaan, pengorganisasian, pengolahan, menginformasikan dan mengamati.”

Menurut (Afandi, 2018) “Manajemen adalah Proses kerjasama antar pegawai untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan pelaksanaan fungsi perencanaan, pengorganisasian, personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan.

Menurut (Nitisemito, 2019) “Lingkungan Kerja adalah Apa yang mengelilingi karyawan dan memengaruhi kemampuan mereka untuk melakukan tugas yang diberikan.”

Menurut (Sutrisno, 2019) “Disiplin adalah rutinitas yang berkembang melalui keteladanan kehidupan seorang karyawan, disiplin berkembang dari taat kepada seseorang dan mengikuti aturan yang ditetapkan untuk diri sendiri di lingkungan.”

Menurut (Suwanto, 2020) “Motivasi adalah Seperangkat kebolehan abadi yang mulai sejak berusul dalam jasmani maupun berusul bagian luar jasmani. seseorang yang mendorong untuk memulai watak kerja sesuai dengan struktur, cita-cita, dan kesungguhan.”

Menurut (Rismawati, 2018) “Kinerja adalah Situasi yang perlu diketahui dan dikomunikasikan kepada pihak-pihak tertentu untuk mengetahui dampak positif dan negatif pencapaian kinerja instansi dan kebijakan operasional dalam kaitannya dengan visi perusahaan.”

Menurut (Sarton, 2019) “Jelaskan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah Implementasi sumber daya manusia. Sebagai sumber daya atau sumber daya utama, menjamin keberhasilan tujuan organisasi yang ditetapkan melalui pelaksanaan fungsi manajemen dan operasional.”

III. METODE

Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data kuantitatif adalah Jenis data yang nilainya sebenarnya dapat diukur. Setiap teknik pengumpulan data diberi nomor unik dalam bentuk angka atau perhitungan. ”

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data kualitatif adalah Data yang menggambarkan informasi melalui tipe data deskriptif yang mewakili data dalam bentuk kelompok dan kategori dari pada angka.”

Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data primer adalah Data yang diperoleh merupakan data mentah, karena dikumpulkan langsung dari peneliti tanpa perantara.”

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data Sekunder adalah Data dikumpulkan oleh perantara atau pihak yang sebelumnya telah mengumpulkan data, yaitu peneliti tidak membawa data sendiri langsung ke lapangan.”

Populasi dan Sampel

Menurut (Sofar Silaen, 2018) “Populasi adalah sekumpulan objek atau individu yang menunjukkan karakteristik tertentu yang sedang dipelajari. Populasi, juga disebut alam semesta, berarti keseluruhan dan dapat berupa hidup atau tidak hidup.”

Menurut (Sugiyono, 2018) “Sampel adalah bagian dari populasi yang diperoleh dengan cara tertentu dan sifat-sifatnya diukur.”

IV. HASIL

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- a. Berdasarkan data survei gender dari 100 responden, diketahui bahwa ada responden laki-laki dan perempuan. Artinya, 51 (51%) responden laki-laki dan perempuan (49%) responden. Berdasarkan data tanggapan yang diperoleh dari data survei, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden atau 51% adalah laki-laki.
- b. Berdasarkan data survei ini dari 100 responden data usia responden Dari uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa:ada beberapa kelompok umur, seperti ≤ 30 tahun, $\geq 30-35$ tahun, $\geq 35-40$ tahun, dan ≥ 40 tahun.Responden berusia antara ≤ 30 sampai 54 orang dengan persentase 54%, kelompok umur $\geq 30-35$ tahun sampai 12 orang dengan persentase 12%, kelompok umur $\geq 35-40$ tahun sampai 10 orang dengan persentase 10 % dan dari ≥ 40 sampai 24 tahun dengan persentase 24%. Meskipun ini bisa berarti karakteristik sebagian besar responden dari ≤ 30 tahun menjadi 54 orang dengan tingkat 54%.

UJI RELIABILITAS DAN VALIDITAS

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lingkungan Kerja (X1)

1. Meringkas contoh di atas, kita dapat melihat bahwa ada 100 responden untuk hasil kuesioner Variabel Lingkungan Kerja, dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.
2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach alpha meningkat dari 0,957 untuk 10 soal. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa semua kuesioner tempat kerja telah terbukti dapat diandalkan.
3. Bandingkan tabel dengan setiap item yang bersangkutan dengan mengkorelasikan total keluaran yang dikoreksi dengan 0,1663 (tabel). Maka Semua pernyataan tentang lingkungan kerja memiliki nilai r hitung. Artinya semua pernyataan valid.

b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Disiplin Kerja (X2)

1. Dari rangkuman kasus di atas terlihat bahwa untuk hasil kuesioner terkait variabel disiplin kerja responden sebanyak 100 responden dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.
2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach's alpha untuk 10 soal adalah 0,964. Nilai cronbach's alpha untuk variabel disiplin kerja lebih besar dari nilai $\alpha = 0,70$. Dari sini, kita dapat menyimpulkan bahwa semua kuesioner pada variabel lapangan telah terbukti dapat diandalkan dan jawaban responden terhadap kuesioner menunjukkan tingkat stabilitas dan konsistensi yang tinggi.
3. Korelasikan total produksi terkoreksi dengan 0,1663 dan bandingkan setiap item yang relevan dengan tabel (Tabel). Dalam hal ini, r hitung lebih besar dari r tabel untuk semua pernyataan disiplin kerja. artinya seluruh pernyataan valid.

c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Motivasi Kerja (X3)

1. Dari ringkasan contoh di atas, kita dapat melihat bahwa hasil kuesioner variabel motivasi kerja adalah 100 responden, dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.

2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach's alpha untuk 10 soal adalah 0,964. Nilai cronbach's alpha untuk variabel motivasi kerja lebih besar dari nilai $\alpha = 0,70$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner tentang variabel motivasi kerja terbukti reliabel dan responden menunjukkan stabilitas dan konsistensi yang tinggi dalam menjawab kuesioner.
3. Bandingkan setiap item yang dimaksud dengan tabel dengan mengkorelasikan total keluaran yang dikoreksi dengan 0,1663 (tabel). Maka Semua pernyataan disiplin kerja memiliki nilai r hitung. Artinya semua pernyataan valid.

d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja Karyawan (Y)

1. Dari ringkasan contoh di atas, kita dapat melihat bahwa hasil kuesioner pada variabel motivasi kerja adalah 100 responden, dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.
2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach's alpha untuk 10 soal adalah 0,964. Nilai Cronbach's alpha untuk variabel kinerja karyawan lebih besar dari nilai $\alpha = 0,70$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner tentang variabel motivasi kerja terbukti reliabel dan responden menunjukkan stabilitas dan konsistensi yang tinggi dalam menjawab kuesioner.
3. Bandingkan setiap item yang dimaksud dengan tabel dengan mengkorelasikan total keluaran yang dikoreksi dengan 0,1663 (tabel). Dalam hal ini, r hitung lebih besar dari r tabel untuk semua pernyataan disiplin kerja. Artinya semua pernyataan valid.

UJI ANALISIS DATA

a. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.316	2.465		8.648	.000
	Lingkungan Kerja	.282	.084	.321	3.368	.001
2	(Constant)	12.985	4.198		3.093	.003
	Disiplin Kerja	.256	.082	.291	3.099	.003
	Motivasi Kerja	.261	.108	.227	2.422	.017

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa:

1. Kami menemukan bahwa peningkatan 1 poin dalam lingkungan kerja meningkatkan keputusan kinerja karyawan terkait dengan disiplin kerja dan motivasi kerja sebesar 0,282.
2. Kita dapat melihat bahwa peningkatan 1 poin dalam disiplin kerja meningkatkan determinasi kinerja karyawan sebesar 0,256, menurut lingkungan kerja dan motivasi kerja.
3. Kita dapat melihat bahwa peningkatan motivasi kerja sebesar 1 poin meningkatkan determinasi kinerja karyawan dan lingkungan kerja serta disiplin kerja sebesar 0,261.

b. Uji Koefisien Berganda (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.901 ^a	.812	.806	3.120	2.351

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa:

1. Kolom R Model 1 menampilkan koefisien hubungan sebanyak 0,901. Artinya lingkungan kerja mempunyai efek yg sangat bertenaga terhadap kinerja pegawai.
2. Kolom r-kuadrat untuk Model 1 menunjukkan bahwa koefisien korelasi kuadrat adalah 0,812. R-kuadrat, atau $0,901 \times 0,901 = 0,812$. Koefisien determinasi disebut juga dengan R-kuadrat. Artinya lingkungan kerja mempengaruhi keberhasilan karyawan sebesar 81,2%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain ($100\% - 81,2\% = 18,8\%$).
3. Prisma persegi beraturan R model 1 adalah 0,806.
4. Kolom estimasi kesalahan default untuk Model 1 adalah 3,120, sehingga model regresi ini berfungsi dengan baik.

UJI HIPOTESIS PENELITIAN

a. UJI T

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
Model		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	3.823	1.133		3.374	.001			
	Lingkungan kerja	.709	.053	.806	13.499	.000	1.000	1.000	
2	(Constant)	3.727	.909		4.101	.000			
	Disiplin Kerja	.683	.040	.865	17.091	.000	1.000	1.000	
	Motivasi Kerja	.914	.049	.884	18.742	.000	1.000	1.000	

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel di atas, diketahui bahwa:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Pada kolom t, nilai t dalam pencarian adalah 13499. lingkungan kerja, nilai t sebesar 17091 untuk pencarian disiplin kerja, dan nilai t untuk survei motivasi kerja. adalah 18.742. Menggunakan tabel distribusi t biasa, dengan 95 tingkat kepercayaan uji (1-a) dan bilah kesalahan (a) $N-3 = 100-3 = 97$ dengan 5n derajat kebebasan (df), nilainya akan menjadi Distribusi normal. Dari t tabel sebesar 1,98472. Jadi tcount workspace lebih besar dari ttabel atau $13499 > 1,98472$, disiplin kerja thitung lebih besar dari ttabel atau $17091 > 1,98472$, motivasi kerja lebih besar dari ttabel atau $18742 > 1,98472$, dan tingkat signifikansi skor lingkungan kerja sebesar 1,98472. $0,000 < 0,05$ dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ untuk wilayah kerja dan nilai probabilitas $0,000 < 0,000$ untuk motivasi kerja. $0,05$ menghilangkan H_0 dan menerima H_a . Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Teknik Halsan di Indonesia.

b. UJI F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3685.221	1	3685.221	351.268	.000 ^b
	Residual	1028.139	98	10.491		
	Total	4713.360	99			
2	Regression	3850.239	2	1925.119	216.350	.000 ^c
	Residual	863.121	97	8.898		
	Total	4713.360	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Disiplin, dan Motivasi Kerja

Nilai untuk akun 351.268 berada pada taraf signifikansi 0,05, kami menemukan bahwa akun $351.268 > F_{\text{tabel}} 2.70$, dan Dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda sangat baik digunakan. Variabel bebas, termasuk lingkungan kerja, disiplin kerja, dan motivasi kerja, dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat, atau kinerja karyawan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan interpretasi penelitian terkait analisis lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Harsan Teknik Indonesia dapat ditutup sebagai berikut:

1. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat pengaruh variabel lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Hal ini dibuktikan dengan asumsi bahwa t hitung $13,499 > t_{tabel} 1,98472$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < . 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima oleh PT Harsan Teknik Indonesia.

2. Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan analisis yang kami lakukan, diketahui bahwa variabel disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hal ini didukung oleh hipotesis bahwa nilai t hitung $17,091 > t_{tabel} 1,98472$ dan tingkat signifikansi $0,000 < . 0,05$ berarti Anda dapat menolak H_0 dan menerima H_2 . Variabel bidang tugas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja PT.Harsan Teknik Indonesia.

3. Kinerja karyawan PT.Harsan Teknik Indonesia sangat dipengaruhi oleh variabel lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja. Setelah dilakukan perhitungan, buktikan bahwa f_{hitung} adalah 351.268 dan f_{table} adalah 2.70 . Jadi jika $F_{hitung} > F_{table}$ atau $351.268 > 2,70$ maka H_0 didiskualifikasi dan H_a diterima. Artinya, kami menggunakan model regresi untuk menguji pengaruh hubungan linier antara variabel lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi terhadap kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Bangka: Zanafa, 2018.
- Firmansyah, M. A. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Nitisemito. *Manajemen Personaliala Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Ghalia Indonesia, 2019.
- Rismawati, M. *Evaluasi Kinerja Penilaian Kinerja Atas Dasar Prestasi Kerja Berorientasi Kedepan*. Makasar: Celebes Media Perkasa, 2018.
- Sarton, S. *Manajemen Kinerja: Pengelolaan, Pengukuran, dan Implikasi Kerja*. In *Manajemen Kinerja: Pengelolaan, Pengukuran, dan Implikasi Kerja*. Depok: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA, 2019.
- Sofar Silaen. *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bandung: IN MEDIA, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- Sutrisno. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Suwanto. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Tangerang: PT BPFE, 2020.

Pengaruh Stres Kerja, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kemampuan Karyawan Pada Masa Pandemi Covid 19 Di PT. Mulia Boga Raya Tbk

Adi Priyanto^{1)*}, Fx Pudjo Wibowo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾ Adiliem28@gmail.com

²⁾ fxpudjowibowo87@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022`

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Stres Kerja
Kepuasan Kerja
Motivasi Kerja
Kinerja Karyawan

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor seperti kepuasan kerja, stres, dan motivasi mempengaruhi kemampuan pekerja selama pelatihan fisik. Setiap anak perusahaan Mulia Boga Raya Tbk yang diperdagangkan secara publik dapat ditemukan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Para peneliti di PT Mulia Boga Raya Tbk menggunakan teknik simple random sampling untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi. Karyawan PT menghargai umpan balik yang mereka dapatkan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi informal. SPSS 25 digunakan untuk melakukan analisis data untuk Mulia Boga Raya Tbk, sebuah organisasi dengan 100 karyawan, dengan melihat masalah reliabilitas, legalitas, normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, heteroskedastisitas, koefisien determinasi, tes individu (t-test), dan tes gabungan (tes-f).

Temuan laporan ini memperlihatkan bahwa kepuasan kerja (X_2) dan motivasi kerja (X_3) memainkan peran kunci dalam menentukan output karyawan. Tingkat perolehan untuk X_3 adalah $-0,725\%e-0,05\%$. Stres di tempat kerja (X_1) mengurangi output, dan efek ini signifikan secara statistik (sig). 0.140. ambang batas perolehan = 0,05.

memperlihatkan hubungan antara tingkat stres karyawan, tingkat kepuasan kerja, dan motivasi, yang semuanya berdampak pada laba PT. Tbk Mulia Boga Raya.

I. PENDAHULUAN

Pada 2019, virus baru muncul, dengan banyak orang menunjuk ke Republik Rakyat Tiongkok sebagai sumber yang mungkin. Virus ini awalnya ditemukan di provinsi Hubei, tepatnya di kota Wuhan. Wabah Penyakit Virus Corona 2019 (Covid-19). Virus ini memiliki kemampuan untuk menyebar dengan cepat dan menjadi isu global karena ditularkan melalui tetesan kecil yang dikeluarkan dari hidung atau mulut saat batuk dan bersin. Konsekuensi dari penyakit ini jauh melampaui bidang kesehatan dan mempengaruhi banyak bidang lain, termasuk ekonomi, budaya, cara hidup, dan aktivitas sehari-hari. Indonesia, salah satu negara yang terkena dampak, memiliki efek yang sangat parah pada kehidupan sosial lokal. Oleh karena itu, Kebijakan Kerja, salah satu aktivitas manusia yang dirasakan manusia saat ini, harus diatur dalam rangka menghambat penularan Covid-19 (WFH). Artinya, tugas-tugas yang dulunya diselesaikan di kantor kini diselesaikan di rumah, baik secara langsung maupun virtual. Pekerjaan, agama, dan pendidikan semuanya terkena dampak epidemi Covid-19. Fokus utama pemerintah sejak awal adalah kesejahteraan karyawannya. Untuk membantu karyawan mereka menjaga keseimbangan kehidupan kerja yang sehat, WFH telah menerapkan sistem kerja yang sangat mudah beradaptasi. Pertemuan dan konferensi virtual dengan cepat menjadi norma untuk melakukan bisnis dan berinteraksi dengan orang lain.

Stres di tempat kerja merupakan penyumbang pertama rendahnya produktivitas (Lourens & Wibowo, 2022). Kemampuan karyawan dan kebahagiaan kerja keduanya dipengaruhi oleh tingkat tanggung jawab yang diberikan kepada mereka. Dalam hal ini, sebuah bisnis perlu melakukan upaya untuk meningkatkan produktivitas dan moral dengan menyesuaikan tugas pekerjaan dengan keahlian dan tipe kepribadian setiap pekerja.

Faktor Kepuasan kerja adalah faktor lain yang mungkin berdampak pada produktivitas. Kepuasan kerja berkorelasi dengan produktivitas yang lebih tinggi. Perusahaan di mana pekerja melaporkan tingkat kebahagiaan dan kepuasan yang tinggi di antara tugas-tugas mereka lebih mungkin untuk berhasil (Eliyana, 2019). Faktor-faktor yang terjadi di tempat kerja memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pekerja terhadap pekerjaannya (Seema, 2021). (Sabuhari, 2020) menemukan bahwa pekerja yang bahagia lebih produktif. Meskipun jajak pendapat ini sebanding dengan yang lain (Mira, 2019), dan memang menemukan hubungan antara kebahagiaan di tempat kerja dan kepuasan hidup secara keseluruhan, ini tidak terlalu signifikan.

Motivasi kerja adalah faktor ketiga yang mungkin mempengaruhi produktivitas di tempat kerja. Memiliki keinginan, minat, atau dorongan yang cukup kuat untuk menyelesaikan tugas adalah apa yang kita sebut motivasi. Orang yang termotivasi mengeluarkan upaya maksimal untuk mewujudkan tujuan mereka. Tingkat motivasi individu berkorelasi dengan seberapa produktif mereka dalam pekerjaan mereka. Kurangnya motivasi di antara pekerja dapat memiliki efek negatif pada kepuasan kerja dan produktivitas. Temuan penelitian ini (Lumentut, 2016) memperlihatkan bahwa insentif tidak memainkan peran penting. Tetapi beberapa peneliti (Taufiq, 2012) sampai pada kesimpulan yang berlawanan, mengatakan bahwa hierarki kepuasan kerja adalah cara yang efektif untuk memotivasi orang untuk pergi bekerja.

Dari permasalahan Di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik ini, maka penulis fokus pada penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH STRES KERJA, KEPUASAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEMAMPUAN KARYAWAN PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI PT MULIA BOGA RAYA TBK”

II. LANDASAN TEORI

Sumber Daya Manusia

Dalam mencapai tujuan dan sasaran organisasi dan mengatasi masalah, baik internal maupun eksternal, kemampuan mengelola orang dan sumber daya secara tepat adalah aspek yang paling penting (Silaswara et al., 2021). Oleh karena itu, sumber daya manusia harus menjadi prioritas utama perusahaan karena sangat penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan (Sugandha et al., 2019).

Stres Kerja

Stres kerja adalah suatu keadaan tegang yang berdampak pada emosi, proses berpikir, dan kesehatan seseorang, seperti yang dikemukakan oleh (Malayu SP. Hasibuan, 2015).

“Stres kerja” diartikan sebagai “suatu kondisi yang mendorong diri sendiri dan jiwa seseorang melampaui batas” (Fahmi, 2016; 278). Oleh karena itu, jika tetap tidak terselesaikan untuk jangka waktu yang lama, stres akan berkembang, dan orang secara statistik lebih rentan untuk mengambil tindakan negatif sebagai hasilnya. Ada lebih banyak lagi yang akan datang dari kejadian yang sedang berlangsung dengan implikasi spiritual yang mendalam. Dan karena segala sesuatu terjadi di luar kendalinya, situasi itu mempererat cengkeramannya pada dirinya sendiri. Stres kerja adalah suatu kondisi dinamis di mana seorang individu menghadapi peluang, tuntutan, atau sumber daya area, organisasi, dan pribadi (Robbins, 2017; 597). konsekuensi bagi kesehatan.

Kepuasan Kerja

Fungsi retensi, sebagaimana didefinisikan oleh (Sedarmayanti., 2018), adalah tindakan yang dilakukan untuk mempertahankan keadaan yang dihasilkan oleh fungsi sebelumnya. Pekerja yang terus melakukan peran pemeliharaan dicirikan oleh dua faktor: sikap positif dan sikap yang dipengaruhi oleh proses hubungan tenaga kerja-manajemen. Program kesehatan dan keselamatan kerja (K3), program pelayanan, dan asuransi kompensasi pekerja semuanya dapat berkontribusi untuk menjaga karyawan tetap sehat dan produktif di tempat kerja.

Perusahaan harus bisa tetap menjaga karyawannya agar tetap merasa nyaman di dalam perusahaan dan memberikan *output* yang lebih maksimal terhadap perusahaan. Jika karyawan tidak merasa nyaman di dalam sebuah perusahaan, salah satu opsi yang akan dipilih oleh karyawan adalah keluar dari perusahaan tersebut. Jika karyawan yang keluar memiliki keterampilan yang sangat dicari, organisasi dapat menderita sebagai akibatnya. Ketidakpuasan dan ketidakpuasan karyawan terhadap manajemen adalah dua penyebab paling umum dari pergantian.

Menurut Novita (2016), keadaan emosi yang baik atau menyenangkan seseorang sebagai akibat dari penilaian terhadap pekerjaan atau pengalaman kerjanya adalah kepuasan kerja. Sikap karyawan terhadap pekerjaan mereka tercermin dalam tingkat kepuasan kerja mereka. Terlihat jelas bagaimana orang-orang dengan riang mendekati pekerjaan mereka dan tantangan yang mereka hadapi dalam pekerjaan.

Motivasi Kerja

Menurut (Adha, 2019;52) mengatakan bahwa :

“Motivasi adalah memberikan kekuatan pendorong untuk merangsang semangat kerja, yang memungkinkan mereka bekerja sama, efektif dan jujur dalam segala hal yang mereka cari untuk kepuasan. Motivasi merupakan hal utama yang mendorong seseorang untuk bekerja”

Menurut (Sedarmayanti., 2018) mengatakan bahwa “Motivasi adalah daya untuk mendorong orang melakukan sesuatu yang positif atau negatif yang pada hakekatnya ada di dalam atau di luar. Motivasi kerja adalah motivasi”.

Menurut (Sondak, 2019;363) mengatakan bahwa :

keadaan motivasi di mana pekerja diberi energi untuk bekerja menuju tujuan organisasi tanpa diberitahu apa tujuan itu. Dorongan untuk menyelesaikan pekerjaan.

Para ahli sepakat bahwa motivasi orang dan sejauh mana mereka pergi untuk mencapai tujuan mereka berasal dari tempat yang sama. Namun, tidak mudah untuk mendapatkannya, kecuali jika seseorang melakukan upaya bersama untuk memuaskan keinginan mereka. Dorongan dan motivasi seseorang di balik perilakunya menentukan tindakan yang diambil dalam upaya memenuhi kebutuhan dasar (Sunarti & Kusnawan, 2010).

Kemampuan Karyawan

Efisiensi pekerja dalam menyelesaikan tugasnya tidak hanya bergantung pada sifat dan pengalaman mereka sendiri, tetapi juga pada kondisi tempat mereka bekerja dan kompensasi yang mereka terima (Ptesarti, 2019).

Kemampuan pegawai, sebagaimana didefinisikan oleh, adalah sejauh mana seorang pegawai melampaui dan melampaui panggilan tugas dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya (Mangkunegara., 2017).

Pekerjaan yang diselesaikan oleh seorang karyawan sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya dalam jangka waktu tertentu, yang diukur terhadap nilai-nilai atau standar perusahaan tempat karyawan tersebut bekerja (Umam, 2018; 72).

III. METODE PENELITIAN

Dalam kebanyakan kasus, penelitian semacam ini termasuk dalam penelitian deskriptif yang menggunakan analisis kuantitatif. Untuk meneliti, mengembangkan, dan memverifikasi pengetahuan pasti, serta memahami dan memecahkan masalah, yang dapat digunakan untuk prediksi, metode penelitian kuantitatif adalah jalan yang harus ditempuh (Sugiyono., 2017).

Untuk memahami sepenuhnya pentingnya variasi antar kelompok atau hubungan antar faktor, metode kuantitatif digunakan. Tujuan dari studi terkait ini adalah untuk menggunakan koefisien korelasi untuk menilai sejauh mana variabilitas satu faktor terkait dengan variabilitas satu atau lebih faktor tambahan.

Objek Penelitian

produk keju pada merek Prochiz. berlokasi di Kawasan Bekasi International Industrial Estate
Jl. Inti Raya II Blok C7 No. 5-A Cibatu Cikarang Selatan - Bekasi ,17530, Indonesia

Populasi Dan Sample

Menurut (Sugiyono., 2017), “populasi” adalah bidang yang luas, terdiri dari hal-hal atau orang-orang yang berbentuk bilangan dan sifat yang telah ditentukan sebelumnya sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan tentangnya. Seratus orang yang bekerja untuk PT. Mulia Boga Raya Tbk menjadi populasi di sini.

Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan, sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono., 2017). (mewakili). Ukuran sampel adalah rincian yang direncanakan dari populasi yang lebih besar. Para peserta dipilih dari antara 100 karyawan perusahaan di PT. Mulia Boga Raya Tbk. Penentuan kriteria berdasarkan sensus untuk sampel.

Semua karyawan dengan ukuran populasi minimal 100 dimasukkan dalam sampel penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian ini, kuesioner diberikan. Kuesioner bersifat langsung dan tertutup karena responden memilih dari opsi yang telah ditentukan atau menandai kotak di sebelah jawaban yang diinginkan. Responden dapat memperlihatkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap suatu pesan menggunakan skala Likert. (Wati, 2018). Ada lima kemungkinan tanggapan pada skala Likert kuesioner, masing-masing dengan nilai antara satu dan lima.

Data ini dikumpulkan dengan kuesioner dengan 10 pertanyaan per faktor dan 5 kemungkinan tanggapan per pertanyaan.

Teknik Pengtesan Data

Tes Legalitas

Mengutip (Sugiyono., 2017) Legalitas kuesioner dapat ditentukan dengan bantuan tes legalitas, yang menggambarkan faktor-faktor yang diukur. Memiliki skor total yang tinggi merupakan bukti tes yang valid, oleh karena itu itu pertanda baik.

Tes Realibilitas

Mengutip (Sugiyono., 2017) Tujuan tes reliabilitas adalah untuk mengetahui ketergantungan kuesioner penelitian dalam pengumpulan data faktor penelitian. Jika hasil yang sama ditemukan saat mengukur ulang kuesioner, kita dapat mengatakan bahwa itu memiliki keandalan yang tinggi. Stabilitas atau konsistensi pengukuran sedang dites untuk menentukan ketergantungannya. Anda dapat melakukannya di SPSS dengan memeriksa koefisien alpha cronbach program; jika lebih tinggi dari 0,6, kuesioner dapat dianggap reliabel untuk dipublikasikan.

Tes Asumsi Klasik

Tes Normalitas

Apakah faktor independen dan dependen dalam model regresi memiliki data yang terdistribusi secara teratur dapat ditentukan dengan bantuan tes normalitas. Model regresi yang akurat hanya dapat dibangun dari data yang mengikuti distribusi normal atau sangat mendekati normal. Distribusi data dapat digunakan untuk memandu keputusan setelah dites normalitasnya dengan metode Kolmogorov-Smirnov.

- a. Nilai sig atau signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$, distribusi adalah tidak normal.
- b. Nilai sig atau signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$, distribusi adalah normal.

Tes Multikolinearitas

Meskipun tes multikolinearitas biasanya digunakan untuk mengtes korelasi antara faktor dependen dan independen, tes ini tidak diperlukan dalam tes regresi linier dasar karena tidak adanya faktor dependen. Nilai toleransi 0,10 atau lebih besar, atau nilai VIF lebih besar dari 10, biasanya digunakan sebagai batas.

Tes Heteroskedastisitas

Tes heteroskedastisitas melihat apakah varians residual berbeda untuk setiap pengamatan dalam model regresi tertentu. Batasi 5 persen populasi untuk menjadi heterogen. Distribusi heterogen tanpa tren yang terlihat ditunjukkan jika tingkat perolehan lebih besar dari 5% (0,05). perolehan lebih rendah dari 5% (0,05)

Pengetesan Model Statistik

Tes Regresi Linear Berganda

Sejumlah faktor, bukan hanya satu, biasanya berkontribusi pada pengganda data. Oleh karena itu, berbagai regresi linier telah digunakan untuk mengtes pengaruh faktor terikat pada dua atau lebih faktor bebas.

Tes Korelasi

Untuk melihat apakah kesalahan pengganggu periode t terkait dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$, kami menjalankan regresi linier dan mengtes autokorelasi (Ghozali, 2018). (sebelumnya). Akan ada masalah dengan autokorelasi jika ada semacam korelasi. Autokorelasi terjadi sebagai akibat dari interkoneksi pengamatan deret waktu. Kemungkinan hubungan antara dua faktor dievaluasi dengan mengtes hipotesis ini:

Ho: Tidak ada autokorelasi

Ha: Ada autokorelasi

Tes Koefisien Determinasi (R Square)

Tes R menilai kemampuan model dalam menjelaskan faktor terikat, baik secara individu maupun secara keseluruhan.

Tes Hipotesis Penelitian

Tes T

Analisis ini melihat bagaimana setiap faktor independen mempengaruhi hasil. Untuk mencapai hal ini, Anda dapat melihat kolom perolehan untuk setiap t hitung atau membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung > t tabel, maka H_0 diabaikan. Sebaliknya, H_0 disetujui jika dan hanya jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel.

Tes F

Tes F menentukan ada tidaknya interaksi yang signifikan antara faktor independen dan dependen. Dengan menolak hipotesis nol jika nilai F lebih besar dari F-array, kita melihat bahwa faktor independen memiliki pengaruh yang besar terhadap faktor dependen. Tidak mungkin menolak hipotesis nol jika angka F lebih kecil dari larik F. salah karena tidak ada korelasi yang signifikan secara statistik antara kedua faktor.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data Statistik Deskriptif

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Laki-laki	51	51%
Perempuan	49	49%
Total	100	100%

Dari statistik yang diberikan, kita dapat menyimpulkan bahwa, dari total 100 responden, 51 (atau 51% dari total) adalah laki-laki dan 49 (atau 49% dari total) adalah perempuan. Sebanyak 51 peserta (51% dari total) menjawab, dan ini paling dipahami sebagai mayoritas responden laki-laki.

Pendidikan

Pendidikan Tertinggi	Responden	Persentase (%)
SMA	11	11%
Diploma	5	5%
Sarjana (S1)	84	84%
Pasca Sarjana (S2)	0	0
Total	100	100%

Berdasarkan fakta yang diberikan, kita dapat menyimpulkan bahwa 11 orang hanya menyelesaikan sekolah menengah, 5 telah menyelesaikan beberapa tahun kuliah, dan 84 telah menyelesaikan setidaknya satu tahun kuliah. Hal ini menjelaskan mengapa 84 responden (atau 84% dari total) hanya menyelesaikan tahun pertama kuliah (S1).

Masa Kerja

Masa Kerja	Responden	Persentase (%)
1 - 2 Tahun	16	16%
2 - 5 Tahun	46	46%
5 - 10 Tahun	18	18%
> 10 Tahun	20	20%
Total	100	100%

Dari data yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa 16 orang telah bekerja selama 1-2 tahun (16%), 46 orang telah bekerja selama 2-5 tahun (46%), 18 orang telah bekerja selama 5-10 tahun (18%) , dan 20 orang telah bekerja > 10 tahun (20%). Hal ini memperlihatkan bahwa karakteristik sebagian besar responden dengan masa kerja 2-5 tahun yaitu sebanyak 46% adalah mereka yang telah bekerja selama 2-5 tahun.

Tes Reabilitas Faktor Stres Kerja (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	10

Tes Reabilitas Faktor Kepuasan Kerja (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	10

Tes Reabilitas Motivasi Kerja (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	10

Tes Reabilitas Kemampuan Karyawan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	10

Nilai Cronbach's Alpha untuk Stres Kerja, Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja, dan Kemampuan Karyawan dalam penelitian ini semuanya lebih besar dari 0,60, memperlihatkan bahwa hasilnya cukup reliabel.

Analisis Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi

		Correlations			
		Kemampuan Karyawan	Stres Kerja	Kepuasan Kerja	Motivasi Kerja
Pearson Correlation	Kemampuan Karyawan	1.000	.663	.912	.843
	Stres Kerja	.663	1.000	.595	.582
	Kepuasan Kerja	.912	.595	1.000	.780
	Motivasi Kerja	.843	.582	.780	1.000
Sig. (1-tailed)	Kemampuan Karyawan	.	.000	.000	.000
	Stres Kerja	.000	.	.000	.000
	Kepuasan Kerja	.000	.000	.	.000
	Motivasi Kerja	.000	.000	.000	.

N	Kemampuan Karyawan	100	100	100	100
	Stress Kerja	100	100	100	100
	Kepuasan Kerja	100	100	100	100
	Motivasi Kerja	100	100	100	100

Hasil Pengolahan Data Software SPSS vers. 25

Pada Tabel Korelasi terlihat bahwa nilai koefisien korelasi antara stres kerja (X1) dengan kemampuan karyawan (Y) adalah 0,663 yang sangat mendekati 1. Nilai koefisien korelasi antara kepuasan kerja (X2) dan kemampuan karyawan (Y) adalah 0,912 yang juga sangat mendekati 1. Nilai koefisien korelasi antara motivasi kerja (X3) dengan kemampuan karyawan (Y) adalah 0,843 yang juga sangat dekat dengan 1.

Perhitungan Koefisien Determinasi Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1		
1	.941 ^c	.886	.883	2.443	.011	8.959	1	96	.004
2	.912 ^a	.831	.830	2.944	.831	483.48	1	98	.000
3	.936 ^b	.876	.873	2.541	.044	34.601	1	97	.000

- a. Predictors: (Constant), Stress Kerja
- b. Predictors: (Constant), Stress Kerja, Kepuasan Kerja
- c. Predictors: (Constant), Stress Kerja, Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja
- d. Dependent Variable: Kemampuan Karyawan

Nilai R 0,936, sangat dekat dengan 1, dan nilai R square 0,876 memperlihatkan bahwa stres kerja, kebahagiaan kerja, dan motivasi kerja menyumbang 87,6% dari variasi kemampuan karyawan, sedangkan sisanya 12,4% dapat dianggap berasal dari faktor lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.089	1.460		4.854	.000		
	Kepuasan Kerja	1.097	.050	.912	21.988	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	4.505	1.335		3.375	.001		
	Kepuasan Kerja	.782	.069	.650	11.364	.000	.392	2.552
	Motivasi Kerja	.415	.071	.336	5.882	.000	.392	2.552
3	(Constant)	3.204	1.355		2.366	.020		
	Stress Kerja	.140	.047	.132	2.993	.004	.611	1.637
	Kepuasan Kerja	.725	.069	.602	10.527	.000	.362	2.764
	Motivasi Kerja	.366	.070	.297	5.247	.000	.370	2.700

- a. Dependent Variable: Kemampuan Karyawan

Sumber: "Hasil Pengolahan Data Software SPSS vers. 25"

Tabel diatas dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = 3,204 + 0,140 X_1 + 0,725 X_2 + 0,366 X_3 + e$$

Produktivitas karyawan (Y) bergeser sebesar 0,140 untuk setiap satu titik stres kerja (X 1) bergeser ke kedua arah.

Kemampuan (Y) dipengaruhi oleh kepuasan kerja (X 2), dengan ayunan 1 poin di kedua arah menghasilkan ayunan 0,725 poin di Y.

Produktivitas karyawan (Y) bergeser sebesar 0,366 poin persentase ketika motivasi kerja (X 3) bergeser sebesar 1 poin.

Tes Pengaruh Parsial (Tes T)

Nilai 2,993 dapat ditemukan di kolom t, berlabel "t hitung tegangan kerja", dan diketahui sebagai hasil X 1 pertama dalam tabel. Nilai t tabel adalah 1,66055 pada saat tingkat kesalahan (a) adalah $n-k = 100-2 = 98$, dengan demikian jika t hitung tegangan kerja lebih besar dari t tabel ($2,993 > 1,66055$), maka H_0 ditolak pada taraf 5% error dan H_a diterima pada tingkat kepercayaan 95%.

Berdasarkan data pada kolom t, rata-rata tingkat kepuasan kerja antar pekerja adalah $X_2 = 10,527$. Dengan asumsi tingkat kesalahan (a) dari $n-k = 100-2 = 98$, nilai t tabel akan menjadi 1,66055. Jika nilai t hitung untuk kepuasan kerja lebih besar dari t tabel, maka H_0 dapat ditolak dengan margin of error 5%, sedangkan H_a dapat diterima dengan margin error 95%.

Angka 5,247 terdapat pada kolom t yang merupakan t hitung insentif kerja (X 3). Nilai t tabel adalah 1,66055 ketika tingkat kesalahan (a) adalah $n-k = 100-2 = 98$, yang ditentukan dengan menerapkan distribusi normal. Jika t hitung motivasi kerja lebih besar dari t tabel yang ditunjukkan oleh $5,247 > 1,66055$, maka H_0 ditolak dengan margin of error 5% sedangkan H_a diterima dengan margin error 95%.

Pada kolom Sig, digunakan pengtesan probabilitas. Kreteria pengtesannya adalah sebagai berikut:

Jika probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika probabilitas $> 0,05$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Stres kerja memiliki nilai Sig 0,004, kepuasan kerja memiliki nilai Sig 0,000, dan kepuasan kerja juga memiliki nilai Sig 0,000. Hal ini memperlihatkan bahwa H_a diterima karena terdapat pengaruh yang cukup besar antara stres kerja, kepuasan kerja, dan motivasi kerja terhadap kemampuan karyawan dan kemungkinannya lebih kecil dari 0,05.

Tes Pengaruh Simultan (Tes F)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4468.105	3	1489.368	249.643	.000 ^d
	Residual	572.735	96	5.966		
	Total	5040.840	99			
2	Regression	4191.284	1	4191.284	483.483	.000 ^b
	Residual	849.556	98	8.669		
	Total	5040.840	99			
3	Regression	4414.654	2	2207.327	341.928	.000 ^c
	Residual	626.186	97	6.456		
	Total	5040.840	99			

a. Dependent Variable: Kemampuan Karyawan

b. Predictors: (Constant), Stress Kerja

c. Predictors: (Constant), Stress Kerja, Kepuasan Kerja

d. Predictors: (Constant), Stress Kerja, Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja

Nilai F hitung model 1 dari tes ANOVA adalah 249,643, lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,70, dan memiliki tingkat perolehan 0,000 (dimana 0,000 0,05). Akibatnya, kami menolak H_0 dan menerima H_a , yang berarti ada hubungan linier antara faktor stres kerja dengan produktivitas pekerja. Oleh karena itu, model regresi layak dan sesuai.

Berdasarkan analisis varians, model 2 memiliki F hitung 483,483, yang signifikan secara statistik pada tingkat 0,000 (di mana 0,000 0,05), dan di mana F hitung $> F$ tabel (atau $483,483 > 2,70$). Oleh karena itu, H_0 tidak diterima, sedangkan H_a , memperlihatkan bahwa pengaruh Stres Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kemampuan Karyawan bersifat linier. Hasilnya, model regresi praktis dan memadai.

Nilai F hitung model 3 dari tes ANOVA adalah 341,928, lebih besar dari F tabel dengan faktor 2,70 dan signifikan secara statistik pada taraf 0,000 ($0,000 > 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak, dan H_a diterima; ada hubungan linier antara stres kerja, kepuasan kerja, dan motivasi kerja dengan kemampuan karyawan. Dengan demikian, model regresi praktis dan tepat.

Menentukan F_{tabel} :

$$df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$
$$df2 = n - k = 100 - 4 = 96$$
$$F_{tabel} = 2,70$$

Keterangan :

k= Jumlah faktor independent (X_1 , X_2 dan X_3) dan dependent (Y)

n= Jumlah responden

Pembahasan

Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kemampuan Karyawan

Berdasarkan hasil percobaan, faktor stres kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas pekerja di PT. Mulia Boga Raya Tbk. Ketika H_0 ditolak dan H_a diterima, hal itu karena tegangan kerja pada t hitung lebih besar dari pada t tabel, atau $2,993 > 1,66055$. Signifikan $0,000 < 0,05$

Oleh karena itu, bukti statistik mendukung H_1 . Temuan dari penelitian ini menguatkan penelitian lain (Rajeshwaran, 2017) yang memperlihatkan bahwa stres di tempat kerja berdampak negatif terhadap produktivitas. Ketika karyawan merasa terbebani, mereka mungkin mulai melihat pekerjaan mereka sebagai stres dalam dirinya sendiri, yang dapat menyebabkan penurunan moral dan peningkatan keluhan di tempat kerja.

Pengaruh Kepuasan kerja Terhadap Kemampuan Karyawan

Analisis statistik memperlihatkan bahwa karyawan PT bahagia dalam pekerjaan mereka. Penambahan Mulia Boga Raya Tbk secara statistik berpengaruh signifikan dan menguntungkan terhadap output. Nilai t hitung untuk kepuasan kerja lebih besar dari nilai t tabel, atau $10,527 > 1,66055$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima oleh tes hipotesis. Nol koma nol lima secara signifikan.

Oleh karena itu, teori kedua didukung oleh statistik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Sabuhari, 2020) yang menemukan bahwa tingkat kebahagiaan individu di tempat kerja secara signifikan mempengaruhi tingkat produktivitas mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Mira, 2019), yang memperlihatkan korelasi positif yang lemah antara kebahagiaan kerja dan produktivitas. Kebahagiaan pekerja sangat dipengaruhi oleh berbagai elemen di tempat kerja (Seema, 2021).

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kemampuan Karyawan

Kemampuan karyawan di PT. Mulia Boga Raya Tbk berkorelasi positif dan signifikan dengan tingkat motivasi pekerja dalam bekerja, sebagaimana ditentukan dari hasil pengtesan yang dilakukan. Jika H_0 salah, maka H_a pasti benar, karena t hitung kerja motivasi ($5,247$) lebih besar dari t tabel ($1,6055$) dalam tes hipotesis. Signifikan untuk $nada < 0,000 < 0,05$.

Dengan demikian, bukti statistik mendukung hipotesis 3. Temuan dari penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang memperlihatkan bahwa faktor intrinsik tidak berdampak besar pada motivasi kerja (Lumentut, 2016). Menjaga agar pekerja tetap terinspirasi sangat penting karena berdampak langsung pada produktivitas. Kepuasan kerja dan produktivitas karyawan mungkin menurun ketika mereka tidak memiliki keinginan untuk melakukan yang terbaik.

Pengaruh stress Kerja, kepuasan kerja dan motivasi Kerja Terhadap Kemampuan Karyawan

Hasil pengtesan diperoleh bahwa faktor stres kerja, kepuasan kerja, motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan karyawan pada PT. Mulia Boga Raya Tbk. Hasil pengtesan hipotesis untuk model 1 menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $249,643 > 2,70$ dengan perolehan $0,000 < 0,05$, untuk model 2 menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $483,483 > 2,70$ dengan perolehan $0,000 < 0,05$, dan untuk model 3 menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $341,928 > 2,70$ dengan perolehan $0,000 < 0,05$.

Dengan demikian hipotesis 4 terdukung oleh statistik." Dalam artian stress kerja, kepuasan kerja dan motivasi kerja merupakan faktor yang mempengaruhi kemampuan karyawan yang terbukti berpengaruh positif dan perolehan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hubungan antara stres kerja dengan produktivitas relatif tinggi, dengan nilai $0,140$. Hal ini memperlihatkan korelasi yang kuat dan positif antara kedua faktor tersebut. Berdasarkan hasil tes t parsial dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan secara statistik antara X_1 (stres kerja) dan Y_1 (kemampuan karyawan), dengan t hitung sebesar $2,993 > 1,66055$ dan probabilitas $0,004 < 0,05$. Hal ini memperlihatkan bahwa H_a lebih disukai daripada H_0 (Y).

Koefisien korelasi antara kepuasan kerja dan output adalah 0,725, yang memberikan beberapa penjelasan untuk hubungan ini. Ini memperlihatkan hubungan positif yang sedikit signifikan antara kedua faktor tersebut. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara faktor kepuasan kerja (X_2) dengan faktor kemampuan karyawan (Y_2), sebagaimana ditunjukkan oleh hasil tes t parsial ($t_{hitung} = 10,527 > 1,66055$, probabilitas = 0,000 0,05). (Y).

Ketika mengetes hubungan antara inspirasi dan keluaran tempat kerja, koefisien korelasi sebesar 0,366 signifikan secara statistik. Ini memperlihatkan hubungan positif yang sedikit signifikan antara kedua faktor. Dengan nilai $t_{hitung} 5,247 > 1,6605$ dan nilai probabilitas 0,000 0,05, hasil tes t memperlihatkan bahwa faktor motivasi kerja (X_3) berhubungan positif dengan faktor kemampuan karyawan (Y). Bukti yang membuktikan H_a lebih disukai daripada H_o (Y).

Hasil ini memperlihatkan perlunya studi tambahan tentang hubungan antara kebahagiaan di tempat kerja, stres, dan output.

F pada tes ANOVA. Dari hasil pengtesan ANOVA, bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $249,643 > 2,70$ dengan perolehan $0,000 < 0,05$, untuk model 2 menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $483,483 > 2,70$ dengan perolehan $0,000 < 0,05$, dan untuk model 3 menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $341,928 > 2,70$ dengan perolehan $0,000 < 0,05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat hubungan positif stres kerja, kepuasan kerja, dan motivasi kerja berpengaruh secara simultan terhadap kemampuan karyawan.

Analisis regresi linier berganda mengungkapkan sejauh mana masing-masing dari tiga faktor independen mempengaruhi faktor dependen yang diminati.

terkait (efisiensi pekerja) bersama-sama

Persamaan regresi dapat dilihat pada temuan:

$$Y = 3,204 + 0,140 X_1 + 0,725 X_2 + 0,366 X_3 + e$$

Satu unit perubahan X_1 (stres kerja) dikaitkan dengan 0,140 unit perubahan Y (kemampuan karyawan). Jika X_2 (area kerja) naik atau turun satu poin, Y (kemampuan karyawan) akan naik atau turun 0,725%; jika X_3 (motivasi kerja) naik atau turun satu poin, Y (kemampuan karyawan) akan naik atau turun sebesar 0,3666%. Jika tidak ada perubahan nilai X_1 , X_2 , atau X_3 , maka faktor kemampuan karyawan (Y) akan tetap pada nilai konstan sebesar 3,204.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran bagi kepentingan beberapa pihak :

Untuk Pembaca

Karena keterbatasan waktu penulis dan kurangnya keahlian, temuan penelitian harus ditafsirkan dengan hati-hati untuk menghindari kebingungan. Penulis penelitian ini mengantisipasi bahwa temuan ini akan membantu dalam integrasi teori mapan dari Universitas Buddhi Dharma dengan praktik saat ini di bidang sumber daya manusia, dengan fokus khusus pada pengaruh area kerja, beban kerja, dan stres kerja terhadap kemampuan karyawan. . Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat mengambil manfaat dari hasil penelitian ini.

Untuk Kepentingan Ilmiah

Studi sebelumnya telah memperlihatkan bahwa faktor-faktor di luar motivasi intrinsik, kebahagiaan kerja, dan stres hanya merupakan sebagian kecil dari total efek pada produktivitas karyawan. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan untuk melihat lebih luas hal-hal seperti budaya perusahaan dan loyalitas karyawan. Penulis juga menyatakan keinginan untuk melakukan studi lanjutan, kali ini dengan mempertimbangkan durasi studi, untuk memastikan temuan yang lebih andal.

Untuk Perusahaan

Sebagai konsekuensi dari pemeriksaan literatur yang tersedia, penulis sampai pada kesimpulan bahwa bisnis memiliki sejumlah faktor untuk dipertimbangkan ketika mencoba untuk memotivasi staf mereka. Karyawan akan lebih produktif dan tidak akan merasa stres jika diberikan tugas yang sesuai dengan bidang keahliannya, dan ini adalah hal yang harus diprioritaskan oleh pemberi kerja. Derajat kemampuan karyawan juga dapat dievaluasi kembali melalui pertemuan tahunan, evaluasi pekerja yang tidak puas, dan diskusi tentang penyebab yang berkontribusi terhadap penurunan atau peningkatan kemampuan selama PT. Nama Perusahaan: Mulia Boga Raya Tbk

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A., & Sutrisna. (2022). Pengaruh Kompensasi, Area Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kemampuan Karyawan. *PROSIDING: EKONOMI DAN BISNIS*, 1(2).
- Lourens, A., & Wibowo, F. P. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi, Area Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Graha Grafis Indonesia. *PROSIDING: EKONOMI DAN BISNIS*, 1(2).
- Ptesarti. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Kompensasi Terhadap Kemampuan Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Faktor Intervening Pada PT. Pilar Guna Usahatama. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1).
- Sentosa, A., & Ptesarti, P. (2022). Pengaruh Area Kerja, Beban Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kemampuan Kayawan PT. Hippo Prima Plast. *PROSIDING: EKONOMI DAN BISNIS*, 1(2).
- Silaswara, D., Parameswari, R., Kusnawan, A., & Eso Hernawan, A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV Pustaka Kreasi Mandiri.
- Sugandha, S., Wibowo, F. P., & Hendra, H. (2019). PENGARUH PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT.JEMBO ENERGINGDO. *Dynamic Management Journal*, 3(2). <https://doi.org/10.31000/dmj.v3i2.1963>
- Sunarti, C. R., & Kusnawan, A. (2010). Hubungan Pelatihan dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada PT. Panarub Undustry. *Primanomics : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2).
- Indra Gunawan, Agus Kusnawan, E. H. (2021). Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 99. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.508>
- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ade dan Ida. 2019. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Haraga Saham Pada Perusahaan LQ45 Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen*. Volume 8 Nomor 9:5722-5740.
- Adha, R. N., Qomariah, N., & Hafidzi, A. H. (2019). Pengaruh Mot4asi Kerja, Area Kerja, Budaya Kerja Terhadap Kemampuan Karyawan Dinas Sosial Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(1), 47-62.
- Eliyana, A., Ma'arif, S., & Muzakki. (2019). Job satisfaction and organizational commitment effect in the transformational leadership towards employee performance. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 144–150. <https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2019.05.001>
- Fahmi, Irham. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasianalisis Mult4ariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Un4ersitas Diponegoro: Semarang

Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin, dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Harsan Teknik Indonesia

Fanny Thalia Anggraeni^{1)*}, Toni Yoyo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾fannythalia39@gmail.com

²⁾toni.yoyo1128@gmail.com

Rekam jejak artikel:
Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Lingkungan Kerja
Disiplin Kerja
Motivasi Kerja
Kinerja Karyawan

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh lingkungan kerja, disiplin dan motivasi terhadap kinerja karyawan PT Harsan Teknik Indonesia. Pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dan observasi lapangan secara personal. Kuesioner disebar secara acak kepada 100 responden. Analisis data dilakukan dengan SPSS versi 25. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji reliabilitas dan validitas menggunakan cronbach alpha. Uji analisis regresi berganda untuk menjelaskan hipotesis penelitian.

Hasil analisis regresi berganda adalah $Y=21.316+0.282+0.256+0.261$, dan hasil korelasi ganda lingkungan kerja yang sedikit hubungannya dengan motivasi kerja adalah 0,261. Disiplin kerja berhubungan positif dengan skor sedang 0,256, dan motivasi kerja berhubungan positif dengan skor sedang 0,261, tetapi berhubungan positif dengan kinerja karyawan.

Untuk Thitung, lingkungan kerja memiliki Thitung sebesar 13,499 lebih besar dari Ttabel sebesar 1,98472 dengan signifikansi kurang dari 0,05. Disiplin tugas Thitung lebih besar dari 1,98472, signifikansi lebih kecil dari 0,000, dan nilai dinamis t lebih besar dari 1,98472 pada 18,742 tSignifikansi dari .t tabel dan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

Ukuran F untuk model 1 adalah 351.268 dan nilainya $< . 0,000$. 0,000 untuk tingkat signifikansi 0,000. 0,05, nilai F untuk model 2 adalah 216.350, taraf signifikansi 0,000, nilai $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. H . Pada saat yang sama, lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi memiliki dampak yang besar terhadap kinerja karyawan.

I. PENDAHULUAN

Artinya sumber daya manusia (SDM) akan Ini adalah salah satu variabel yang paling berpengaruh bagi perusahaan di era globalisasi. Baik untuk institusi maupun untuk bisnis. Selain itu, sumber daya manusia merupakan faktor penting yang mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Sumber daya manusia pada dasarnya adalah orang-orang yang dipekerjakan oleh suatu organisasi sebagai fasilitator dan perencana untuk mencapai tujuannya.dan tanggung jawab yang diberikan. Disiplin dalam lingkungan kerja diperlukan karena mengganggu pencapaian tujuan perusahaan. Karyawan yang bekerja pada perusahaan didorong dan dimotivasi dengan memberikan bonus yang sepadan dengan kinerja karyawan. Selain bonus, kami memberikan pelatihan agar karyawan dapat berkembang dan berperan aktif sesuai dengan kinerja dan tujuan perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Firmansyah, 2018) “Manajemen adalah Disiplin dan seni perencanaan, pengorganisasian, pengolahan, menginformasikan dan mengamati.”

Menurut (Afandi, 2018) “Manajemen adalah Proses kerjasama antar pegawai untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan pelaksanaan fungsi perencanaan, pengorganisasian, personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan.

Menurut (Nitisemito, 2019) “Lingkungan Kerja adalah Apa yang mengelilingi karyawan dan memengaruhi kemampuan mereka untuk melakukan tugas yang diberikan.”

Menurut (Sutrisno, 2019) “Disiplin adalah rutinitas yang berkembang melalui keteladanan kehidupan seorang karyawan, disiplin berkembang dari taat kepada seseorang dan mengikuti aturan yang ditetapkan untuk diri sendiri di lingkungan.”

Menurut (Suwanto, 2020) “Motivasi adalah Seperangkat kebolehan abadi yang mulai sejak berusul dalam jasmani mupun berusul bagian luar jasmani. seseorang yang mendorong untuk memulai watak kerja sesuai dengan struktur, cita-cita, dan kesungguhan.”

Menurut (Rismawati, 2018) “Kinerja adalah Situasi yang perlu diketahui dan dikomunikasikan kepada pihak-pihak tertentu untuk mengetahui dampak positif dan negatif pencapaian kinerja instansi dan kebijakan operasional dalam kaitannya dengan visi perusahaan.”

Menurut (Sarton, 2019) “Jelaskan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah Implementasi sumber daya manusia. Sebagai sumber daya atau sumber daya utama, menjamin keberhasilan tujuan organisasi yang ditetapkan melalui pelaksanaan fungsi manajemen dan operasional.”

III. METODE

Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data kuantitatif adalah Jenis data yang nilainya sebenarnya dapat diukur. Setiap teknik pengumpulan data diberi nomor unik dalam bentuk angka atau perhitungan. ”

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data kualitatif adalah Data yang menggambarkan informasi melalui tipe data deskriptif yang mewakili data dalam bentuk kelompok dan kategori dari pada angka.”

Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data primer adalah Data yang diperoleh merupakan data mentah, karena dikumpulkan langsung dari peneliti tanpa perantara.”

Menurut (Sugiyono, 2018) “Data Sekunder adalah Data dikumpulkan oleh perantara atau pihak yang sebelumnya telah mengumpulkan data, yaitu peneliti tidak membawa data sendiri langsung ke lapangan.”

Populasi dan Sampel

Menurut (Sofar Silaen, 2018) “Populasi adalah sekumpulan objek atau individu yang menunjukkan karakteristik tertentu yang sedang dipelajari. Populasi, juga disebut alam semesta, berarti keseluruhan dan dapat berupa hidup atau tidak hidup.”

Menurut (Sugiyono, 2018) “Sampel adalah bagian dari populasi yang diperoleh dengan cara tertentu dan sifat-sifatnya diukur.”

IV. HASIL

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- a. Berdasarkan data survei gender dari 100 responden, diketahui bahwa ada responden laki-laki dan perempuan. Artinya, 51 (51%) responden laki-laki dan perempuan (49%) responden. Berdasarkan data tanggapan yang diperoleh dari data survei, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden atau 51% adalah laki-laki.
- b. Berdasarkan data survei ini dari 100 responden data usia responden Dari uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa:ada beberapa kelompok umur, seperti ≤ 30 tahun, $\geq 30-35$ tahun, $\geq 35-40$ tahun, dan ≥ 40 tahun.Responden berusia antara ≤ 30 sampai 54 orang dengan persentase 54%, kelompok umur $\geq 30-35$ tahun sampai 12 orang dengan persentase 12%, kelompok umur $\geq 35-40$ tahun sampai 10 orang dengan persentase 10 % dan dari ≥ 40 sampai 24 tahun dengan persentase 24%. Meskipun ini bisa berarti karakteristik sebagian besar responden dari ≤ 30 tahun menjadi 54 orang dengan tingkat 54%.

UJI RELIABILITAS DAN VALIDITAS

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Lingkungan Kerja (X1)

1. Meringkas contoh di atas, kita dapat melihat bahwa ada 100 responden untuk hasil kuesioner Variabel Lingkungan Kerja, dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.
2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach alpha meningkat dari 0,957 untuk 10 soal. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa semua kuesioner tempat kerja telah terbukti dapat diandalkan.
3. Bandingkan tabel dengan setiap item yang bersangkutan dengan mengkorelasikan total keluaran yang dikoreksi dengan 0,1663 (tabel). Maka Semua pernyataan tentang lingkungan kerja memiliki nilai rhitung Arti semua pernyataan valid.

b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Disiplin Kerja (X2)

1. Dari rangkuman kasus di atas terlihat bahwa untuk hasil kuesioner terkait variabel disiplin kerja responden sebanyak 100 responden dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.
2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach's alpha untuk 10 soal adalah 0,964. Nilai cronbach's alpha untuk variabel disiplin kerja lebih besar dari nilai $\alpha = 0,70$. Dari sini, kita dapat menyimpulkan bahwa semua kuesioner pada variabel lapangan telah terbukti dapat diandalkan dan jawaban responden terhadap kuesioner menunjukkan tingkat stabilitas dan konsistensi yang tinggi.
3. Korelasikan total produksi terkoreksi dengan 0,1663 dan bandingkan setiap item yang relevan dengan tabel (Tabel). Dalam hal ini, r hitung lebih besar dari r tabel untuk semua pernyataan disiplin kerja. artinya seluruh pernyataan valid.

c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Motivasi Kerja (X3)

1. Dari ringkasan contoh di atas, kita dapat melihat bahwa hasil kuesioner variabel motivasi kerja adalah 100 responden, dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.
2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach's alpha untuk 10 soal adalah 0,964. Nilai cronbach's alpha untuk variabel motivasi kerja lebih besar dari nilai $\alpha = 0,70$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner tentang variabel motivasi kerja terbukti reliabel dan responden menunjukkan stabilitas dan konsistensi yang tinggi dalam menjawab kuesioner.
3. Bandingkan setiap item yang dimaksud dengan tabel dengan mengkorelasikan total keluaran yang dikoreksi dengan 0,1663 (tabel). Maka Semua pernyataan disiplin kerja memiliki nilai r hitung. Artinya semua pernyataan valid.

d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja Karyawan (Y)

1. Dari ringkasan contoh di atas, kita dapat melihat bahwa hasil kuesioner pada variabel motivasi kerja adalah 100 responden, dan tidak semua data dikeluarkan dari analisis.
2. Pada tabel statistik reliabilitas di atas terlihat bahwa nilai cronbach's alpha untuk 10 soal adalah 0,964. Nilai Cronbach's alpha untuk variabel kinerja karyawan lebih besar dari nilai $\alpha = 0,70$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner

tentang variabel motivasi kerja terbukti reliabel dan responden menunjukkan stabilitas dan konsistensi yang tinggi dalam menjawab kuesioner.

3. Bandingkan setiap item yang dimaksud dengan tabel dengan mengkorelasikan total keluaran yang dikoreksi dengan 0,1663 (tabel). Dalam hal ini, r hitung lebih besar dari r tabel untuk semua pernyataan disiplin kerja. Artinya semua pernyataan valid.

UJI ANALISIS DATA

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	21.316	2.465		8.648	.000
	Lingkungan Kerja	.282	.084	.321	3.368	.001
2	(Constant)	12.985	4.198		3.093	.003
	Disiplin Kerja	.256	.082	.291	3.099	.003
	Motivasi Kerja	.261	.108	.227	2.422	.017

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa:

1. Kami menemukan bahwa peningkatan 1 poin dalam lingkungan kerja meningkatkan keputusan kinerja karyawan terkait dengan disiplin kerja dan motivasi kerja sebesar 0,282.
2. Kita dapat melihat bahwa peningkatan 1 poin dalam disiplin kerja meningkatkan determinasi kinerja karyawan sebesar 0,256, menurut lingkungan kerja dan motivasi kerja.
3. Kita dapat melihat bahwa peningkatan motivasi kerja sebesar 1 poin meningkatkan determinasi kinerja karyawan dan lingkungan kerja serta disiplin kerja sebesar 0,261.

b. Uji Koefisien Berganda (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.901 ^a	.812	.806	3.120	2.351

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja

b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel di atas kita dapat melihat bahwa:

1. Kolom R Model 1 menampilkan koefisien hubungan sebanyak 0,901. Artinya lingkungan kerja mempunyai efek yg sangat bertenaga terhadap kinerja pegawai.
2. Kolom r-kuadrat untuk Model 1 menunjukkan bahwa koefisien korelasi kuadrat adalah 0,812. R-kuadrat, atau $0,901 \times 0,901 = 0,812$. Koefisien determinasi disebut juga dengan R-kuadrat. Artinya lingkungan kerja mempengaruhi keberhasilan karyawan sebesar 81,2%, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain ($100\% - 81,2\% = 18,8\%$).
3. Prisma persegi beraturan R model 1 adalah 0,806.
4. Kolom estimasi kesalahan default untuk Model 1 adalah 3,120, sehingga model regresi ini berfungsi dengan baik.

UJI HIPOTESIS PENELITIAN

a. UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.823	1.133		3.374	.001		
	Lingkungan kerja	.709	.053	.806	13.499	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	3.727	.909		4.101	.000		
	Disiplin Kerja	.683	.040	.865	17.091	.000	1.000	1.000
	Motivasi Kerja	.914	.049	.884	18.742	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari tabel di atas, diketahui bahwa:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Pada kolom t, nilai t dalam pencarian adalah 13499. lingkungan kerja, nilai t sebesar 17091 untuk pencarian disiplin kerja, dan nilai t untuk survei motivasi kerja. adalah 18.742. Menggunakan tabel distribusi t biasa, dengan 95 tingkat kepercayaan uji (1-a) dan bilah kesalahan (a) $N-3 = 100-3 = 97$ dengan 5n derajat kebebasan (df), nilainya akan menjadi Distribusi normal. Dari t tabel sebesar 1,98472. Jadi tcount workspace lebih besar dari ttabel atau $13499 > 1,98472$, disiplin kerja thitung lebih besar dari ttabel atau $17091 > 1,98472$, motivasi kerja lebih besar dari ttabel atau $18742 > 1,98472$, dan tingkat signifikansi skor lingkungan kerja sebesar 1,98472. $0,000 < 0,05$ dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ untuk wilayah kerja dan nilai probabilitas $0,000 < 0,000$ untuk motivasi kerja. 0,05 menghilangkan H_0 dan menerima H_a . Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Teknik Halsan di Indonesia.

b. UJI F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3685.221	1	3685.221	351.268	.000 ^b
	Residual	1028.139	98	10.491		
	Total	4713.360	99			
2	Regression	3850.239	2	1925.119	216.350	.000 ^c
	Residual	863.121	97	8.898		
	Total	4713.360	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Disiplin, dan Motivasi Kerja

Nilai untuk akun 351.268 berada pada taraf signifikansi 0,05, kami menemukan bahwa akun $351.268 > F_{\text{tabel}} 2.70$, dan Dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda sangat baik digunakan. Variabel bebas, termasuk lingkungan kerja, disiplin kerja, dan motivasi kerja, dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat, atau kinerja karyawan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan interpretasi penelitian terkait analisis lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi terhadap kinerja karyawan di PT. Harsan Teknik Indonesia dapat ditutup sebagai berikut:

1. Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat pengaruh variabel lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Hal ini dibuktikan dengan asumsi bahwa t hitung $13,499 > t_{tabel} 1,98472$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < . 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima oleh PT Harsan Teknik Indonesia.

2. Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan analisis yang kami lakukan, diketahui bahwa variabel disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hal ini didukung oleh hipotesis bahwa nilai t hitung $17,091 > t_{tabel} 1,98472$ dan tingkat signifikansi $0,000 < . 0,05$ berarti Anda dapat menolak H_0 dan menerima H_2 . Variabel bidang tugas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja PT.Harsan Teknik Indonesia.

3. Kinerja karyawan PT.Harsan Teknik Indonesia sangat dipengaruhi oleh variabel lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja. Setelah dilakukan perhitungan, buktikan bahwa f_{hitung} adalah 351.268 dan f_{table} adalah 2.70 . Jadi jika $F_{hitung} > F_{table}$ atau $351.268 > 2,70$ maka H_0 didiskualifikasi dan H_a diterima. Artinya, kami menggunakan model regresi untuk menguji pengaruh hubungan linier antara variabel lingkungan kerja, disiplin, dan motivasi terhadap kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Bangka: Zanafa, 2018.
- Firmansyah, M. A. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Nitisemito. *Manajemen Personalia Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Ghalia Indonesia, 2019.
- Rismawati, M. *Evaluasi Kinerja Penilaian Kinerja Atas Dasar Prestasi Kerja Berorientasi Kedepan*. Makasar: Celebes Media Perkasa,2018.
- Sarton, S. Manajemen Kinerja: Pengelolaan, Pengukuran, dan Implikasi Kerja. In *Manajemen Kinerja: Pengelolaan, Pengukuran, dan Implikasi Kerja*. Depok: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA,2019.
- Sofar Silaen. *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Bandung: IN MEDIA,2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung:CV Alfabeta,2018.
- Sutrisno. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:Kencana,2019.
- Suwanto. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Tangerang:PT BPFE,2020.

Pengaruh Kemasan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Grafika Makmur Persada

Andreas Yolanto^{1)*}, Vivin Hanitha²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾ andreasyolanto7@gmail.com

²⁾ vivin.hanitha@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Kemasan
Kualitas Produk
Harga
Keputusan Pembelian

Abstrak

Tujuan meneliti kemasan, kualitas produk dan harga adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dan hubungan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data dengan menggunakan sampel sebanyak 107 responden. metode analisis yang dipakai yaitu metode deskriptif dan menggunakan teknik analisis SPSS versi 20.

hasil analisis yang dilaksanakan dalam penelitian terdapat tidak ada pengaruh antara variabel X1 dengan Y dengan nilai signifikan $0,083 > 0,05$, t hitung sebesar $1,751 >$ nilai t tabel $1,660$, X2 dengan Y memiliki pengaruh dengan signifikan $0,037 < 0,05$, t hitung sebesar $2,113 >$ nilai t tabel $1,660$ dan X3 dengan Y memiliki pengaruh senilai signifikan $0,000 < 0,05$, t hitung sebesar $4,448 >$ nilai t tabel $1,660$. menunjukkan variabel X1 Ho ditolak dan Ha diterima variabel sedangkan variabel X2 dan X3 Ho diterima dan Ha diterima.

Pengaruh keseluruhan variabel X terhadap Y dengan F hitung $65.563 >$ F tabel 2.69 serta signifikan $0.000 < 0.05$. Terdapat pengaruh antara kemasan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Grafika Makmur Persada. Pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian adalah $64,6\%$ ditunjukkan oleh Adjusted R², sementara $35,4\%$ dipengaruhi oleh aspek lain.

I. PENDAHULUAN

Menjual sebuah produk harus memiliki kemasan yang bisa diterima masyarakat luas. Kemasan produk yang menarik membuat konsumen untuk mengambil keputusan pembelian ulang dimana konsumen mencapai kepuasan pembelian produk yang dibutuhkan. Kemajuan perusahaan *packaging* di Indonesia membuat persaingan semakin ketat dengan dibantunya pertumbuhan teknologi yang bertambah canggih di era saat ini. Perusahaan *packaging* PT. Grafika Makmur Persada yang berdiri pada tahun 2002 yang bergerak dibidang percetakan kertas dan plastik merupakan suatu perusahaan yang menyediakan kemasan produk sebagai pelindung produk didalamnya seperti makan, sabun, minuman dan bahan kimia, material yang digunakan

membuat kemasan ada dua jenis yaitu biji plastik dan kertas, biji plastik yang diolah menghasilkan kemasan botol dan jerigen sedangkan bahan kertas yang diolah menghasilkan bentuk box makan, box sabun dan sticker, pengolahan tersebut adalah sistem perusahaan *packaging* berproses menciptakan kemasan dan kualitas produk. Dengan produk yang ditawarkan baik itu kemasan, kualitas produk dan harga menentukan ketertarikan konsumen untuk membelinya, kesesuaian produk yang dibuat yang dengan kualitas berapa lama kemasan bisa bertahan. Persaingan yang ada perusahaan dituntut harus memenangkan setiap persaingan maka dari itu perusahaan wajib bisa memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan, kemasan yang menarik, kualitas produk dan harga yang sebanding guna memperkuat keputusan pembelian menjadi membeli.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut (Melati 2020) mengatakan “Manajemen pemasaran merupakan sebuah tujuan aktivitas bisnis dimana kegiatannya mengorganisasikan, mengarahkan, mengawasi serta mengoperasikan aktivitas pemasaran dalam suatu organisasi guna mencapai manfaat bagi produsen dan konsumen”.

Kemasan

Menurut (Kapoor dan Kumar 2019) mengatakan “Kemasan memainkan peran penting sebagai bagian integral dalam pemasaran merek dikalangan anak muda sehingga kemasan merupakan pandangan terakhir dari konsumen yang dapat dipercaya”.

Kualitas Produk

Menurut (Lesmana dan Ayu 2019) mengatakan “Kualitas produk merupakan sejauh mana produk itu menggambarkan ketahanan dan keawetan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, mencerminkan ciri khas tersendiri mampu memenuhi ekspektasi konsumen”.

Harga

Menurut (Hanitha, et al. 2019) mengatakan “Menafsirkan bahwa harga sebagai tarif uang yang ditukar dan untuk membeli produk”.

Keputusan Pembelian

Menurut (Oscar dan Megantara 2020) mengatakan “Keputusan pembelian sebagai mempengaruhi konsumen untuk mengambil langkah keputusan yang berdampak oleh situasi keuangan dan keputusan untuk membeli produk dengan berbagi pertimbangan”.

III. METODE.

Peneliti memilih objek yang bertempat dan beralamat yaitu PT. Grafika Makmur Persada yang berada pada Gedung Harkot Lt.1 Blok A2 No.8, Jl. Raya Merdeka No.53, Tangerang, perusahaan yang bergerak dalam bidang *packaging* yang menangani pembuatan sticker, inner box dan botol plastik untuk memenuhi kebutuhan.

Jenis data

Menurut (Pandoyo dan Sofyan 2018,186) mengatakan dua jenis data, yaitu:

Data primer adalah yang dipetik langsung dari objek fenomena dilapangan yang bermula dari sumber wawancara, Observasi dan kuesioner.

Data sekunder adalah data tidak langsung dari objek, sebaliknya bermula dari inti yang pernah diakumulasi, yang berwujud data yang dikumpulkan dengan meninjau inti kajian, inti kutipan yang bersangkutan dengan penelitian.

Sumber data

Menurut (Sugiyono 2017, 220) mengatakan dua sumber data, yaitu :

Data Primer adalah pengelompokan data langsung oleh penulis. Proses ini biasanya dilaksanakan dengan mengumpulkan data yang berbentuk kuesioner, wawancara observasi.

Data Sekunder adalah data dari buku acuan serta sumber yang ada dan bersangkutan dengan variable terkait.

Populasi

Populasi yang akan dijalankan yaitu konsumen PT. Grafika Makmur Persada dan staf dari PT. Grafika Makmur Persada sebanyak 150, karena populasi seluruh orang yang mengetahui dan membeli produk PT. Grafika Makmur Persada.

Sampel

Sampel yang diambil oleh penulis pada penelitian ini PT. Grafika Makmur Persada Untuk menentukan jumlah sampel peneliti mengambil 107 orang yang terdiri dari berbagai macam jabatan yang berbeda.

Pengumpulan data

Kuisoner menurut (Sugiyono 2017, 137) mengatakan “Kuesioner merupakan pengumpulan informasi yang dilaksanakan dengan membagikan sebagian pernyataan atau soal yang dijawab oleh responden”.

Wawancara menurut (Sugiyono 2017, 231) mengatakan “Wawancara merupakan perjumpaan dua orang yang saling bertanya jawab untuk membagi penjelasan informasi dan usulan, sehingga dapat dibangun arti dalam suatu pembahasan pembicaraan tertentu”.

Observasi menurut (Sugiyono 2017, 223) mengatakan “Observasi adalah pengamatan langsung dari sumbernya apa fenomena yang terjadi dilapangan”.

Teknik analisis data

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*) menurut (Darma 2021) mengatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) merupakan tolak ukur dan memperkirakan besarnya dampak dalam menjelaskan variabel yang bersangkutan.

Uji T menurut (Santoso 2019) mengatakan menampilkan besarnya setiap variabel bebas berpengaruh sendiri – sendiri terhadap variabel bersangkutan.

Uji F menurut (Santoso 2019) mengatakan bertujuan memahami besar pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel bersangkutan.

IV. HASIL

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Tabel IV.53

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,656	,646	2,87901

Bisa disimpulkan nilai Adjusted R Square senilai 0,646 atau 64,6%, maka besarnya pengaruh kemasan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 64,6% sementara 35,4% dijelaskan oleh aspek lainnya.

Uji Hipotesis

- Uji T

Tabel IV.1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
		Error			
(Constant)	-,033	3,156		-,010	,992
Kemasan	,228	,130	,195	1,751	,083
Kualitas_Produk	,279	,132	,247	2,113	,037
Harga	,497	,111	,430	4,488	,000

1. Untuk pengaruh variabel kemasan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan $0,083 > 0,05$, maka H01 ditolak dan nilai t hitung $1,751 > t$ tabel 1.660 maka H1 diterima.
2. Untuk pengaruh variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan $0,037 < 0,05$ maka H02 diterima dan nilai t hitung $2,113 > t$ tabel 1.660 maka H2 diterima.
3. Untuk pengaruh variabel harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka H03 diterima dan nilai t hitung $4.488 > t$ tabel 1.660 maka H3 diterima.

- Uji F

Tabel IV.2

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1630,285	3	543,428	65,563	,000 ^a
Residual	853,734	103	8,289		
Total	2484,019	106			

Bisa dilihat dari tabel hasil nilai F hitung $65.563 > F$ tabel 2.69 , nilai signifikan $0,000 <$ dari 0,05. Uji F memperlihatkan kalau variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel dependen.

V. KESIMPULAN

Bisa dilihat dari hasil uji penelitian dan pembahasan bab IV, berdasarkan hasil uji bisa diambil kesimpulan yaitu:

1. Dari hasil yang sudah diteliti terdapat tidak ada pengaruh signifikan kemasan dengan keputusan pembelian. Dapat dibuktikan dari hasil nilai t hitung $1,751 > t$ tabel 1,660 , taraf signifikan $0,083 > 0,05$. Hal ini dibuktikan antara kemasan dengan keputusan pembelian tidak mempunyai pengaruh positif artinya tidak ada hubungan yang kuat
2. Dari hasil yang sudah diteliti ada pengaruh positif antara kualitas produk dengan keputusan Pembelian. Dapat dibuktikan dari hasil nilai t hitung $2,113 > t$ tabel 1,660, taraf signifikan $0,037 < 0,05$. yang berarti bertambah kuatnya kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Dari hasil yang sudah diteliti ada pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian . Dapat dibuktikan dari hasil nilai t hitung $4,488 > t$ tabel 1,660, taraf signifikan $0,000 < 0,05$, yang berarti semakin bagus harga yang diberi akan mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Dari hasil yang sudah diteliti terdapat pengaruh positif antara Kemasan, kualitas , dan harga terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dari hasil nilai F hitung $65,563 > F$ tabel 2,69 , nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Besar pengaruh sebesar 64,6% dapat dilihat dari koefisien determinasi, semakin tinggi persentase kemasan, kualitas produk dan harga bisa membuat semakin meningkatnya keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Darma, Budi. 2021. *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. GUEPEDIA.

- Hanitha, Vivin, Purnama, Marselia, Purnama, Octavianti. 2019. *“Pengaruh Harga Emas, Harga Minyak, Kurs Tengah Bank Indonesia, Dan Suku Bunga Acuan Bank Indonesia Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Juli 2020 - Desember 2020.”* 44(12): 2–8.
- Kapoor, Sanjeev dan Kumar Niraj. 2019. *“Does Packaging Influence Purchase Decisions of Food Products.”* A study of young consumers of India. *Academy of Marketing Studies Journal*.
- Lesmana, Rosa, and Suci Dara Ayu. 2019. *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pt Paragon Tehnology and Innovation.”* *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2(3): 59.
- Melati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Oscar, Bheben, dan Hilman Cahya Megantara. 2020. *“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army.”* *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* 10: 1–12.
- Santoso, Singgih. 2019. *Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Pertama. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sofyan dan Pandoyo. 2018. *“Metodologo Penelitian Keuangan Dan Bisnis.”* Yogyakarta: In Media.
- Sugiyono. 2017. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi.”* *Methods*. Bandung: Alfabeta.

Pengaruh Minat Konsumen, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor pada Amboh Motor di Wilayah Tangerang

Anliana Sutanto^{1)*}, Diana Silaswara²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾sutantoalin@gmail.com

²⁾dsilaswara.ubd@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan Septemberr 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online September 2022

Kata kunci:

Minat Konsumen
Citra Merek
Harga
Keputusan Pembelian

Abstrak

Pada tujuan penelitian ini yaitu menguji besarnya pengaruh Minat Konsumen (X1), Citra Merek (X), dan Harga terhadap Keputusan Pembelian motor di Wilayah Tangerang. Objek dari penelitian ini yaitu pada Dealer Amboh Motor. Penelitian ini memakai penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menyebar kuesioner pada konsumen Dealer Amboh Motor.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel minat konsumen memperoleh t hitung berjumlah 9,989, variabel citra merek t hitung sebesar 7,759, variabel harga t hitung sebesar 11,696 dengan t tabel berjumlah 1,98472. Pada penelitian didapatkan kesimpulan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima.

Hasil uji simultan (Uji F) memperoleh F hitung yaitu 55,567 dan F tabel yaitu 2,70 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, pernyataan ini berdasarkan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dapat dilihat bahwa ada hubungan antara minat konsumen, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian motor di Wilayah Tangerang.

Pada perhitungan koefisien determinasi variabel minat konsumen, citra merek, dan harga yaitu berjumlah 0,635. Dengan demikian, memberikan hasil bahwa pengaruh minat konsumen, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian yaitu berjumlah 63,5%.

I. PENDAHULUAN

Disaat ini kendaraan sepeda motor adalah bagian dari salah satu kebutuhan utama masyarakat, sebab sepeda motor mempunyai peran yang sangat penting didalam kehidupan masyarakat. Apa lagi di tempat yang banyak penduduknya yaitu perkotaan yang selalu dipadati dengan kemacetan. Mulai dari kalangan remaja hingga orang tua bisa menggunakan sepeda motor, karena selain harganya terjangkau biaya operasionalnya pun cukup hemat. Maka dari itu sepeda motor merupakan transportasi yang sangat efektif, dan

banyak sekali para perusahaan yang berlomba-lomba membuat produk sepeda motor yang lebih canggih agar tidak kalah saing di pasaran.

Dalam hal ini dapat diketahui bahwa merek yang paling banyak digemari masyarakat Indonesia dan menduduki pangsa pasar tertinggi adalah Honda dengan penjualan sebesar 73,88%, 74,52%, 74,6%, 75,70 dan 77,68% kemudian diikuti dengan Yamaha, Suzuki dan Kawasaki.

Sepeda motor merek Honda menduduki pangsa pasar tertinggi karena dari segi kualitas, Honda memang tidak pernah mengecewakan. Baik dari segi kualitas mesin, *sparepart*, hingga performanya. Hal yang paling menarik dari merek Honda yaitu, semua sepeda motor keluaran terbaru sudah dirancang menggunakan komponen persediaan bahan bakar PGM-FI (*Programmed Fuel Injection*). Merek Honda merupakan merek yang paling banyak disebut konsumen, dan sampai saat ini merek Honda masih bagian utama masyarakat di Indonesia.

Pada tahun 2020 sepeda motor di Indonesia menurun. Dilihat pada data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan motor di Indonesia hanya sebanyak 3.660.616 unit saja di tahun 2020, angka ini turun 43 persen di bandingkan dengan penjualan pada tahun 2019, dan pada tahun 2021 mulai ada kenaikan penjualan dengan angka penjualan 3.928.788 unit (Shafly, 2021).

Penjualan sepeda motor tahun 2021 di area Tangerang-jakarta mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini diketahui pada tahun 2021 diketahui kredit sepeda motor honda naik sebesar 17%, jika dibandingkan di tahun 2020. Olivia Widyasuwita (Anshori, 2022), *head of marketing* mengatakan bahwa pasar roda dua yaitu sepeda motor mulai baik. Dari semua tipe yang dijual tersebar dengan baik oleh konsumen di wilayah Tangerang dan Jakarta. Dari mulai tahun 2020 sampai dengan tahun 2021, wahana honda mencatat bahwa data penjualan pada tahun 2021 cukup membaik dengan kenaikan sebesar 23%, dan tipe motor yang sangat laris atau sangat digemari oleh konsumen adalah motor matik seperti honda beat, scoopy dan PCX 160 dengan angka penjualan sebanyak 259.000 unit. faktor ini menunjukkan adanya arahan positif masyarakat, terutama di wilayah Tangerang-jakarta.

Dalam pertumbuhan ekonomi tahun 2022 ini perekonomian akan semakin membaik terutama dalam industri motor. Sigit kumala (Shafly, 2021), ketua bidang komersial Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) memberitahu bahwa akan terlihat peningkatan permintaan sebesar 5,1juta – 5,4juta unit sepeda motor, yang dimana sebelumnya sempat terjadi penurunan pada penjualan sepeda motor di karenakan adanya pandemi Covid-19. Potensi peningkatakan penjualan sepeda motor tahun depan terlihat dari realisasi penjualan hingga bulan September 2021 yang mencapai sebesar 3.761.407 unit, pertumbuhannya hampir 21% dibandingkan pada bulan januari-september 2020. Dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik diharapkan bisa berdampak positif pada daya beli masyarakat. Dengan fenomena di atas, ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian motor di wilayah Tangerang. Pertama minat konsumen, kedua citra merek dan faktor lainnya yaitu harga.

Minat konsumen adalah langkah konsumen untuk memilih dari beberapa merek yang ada pada pilihannya, dan setelah melakukan pertimbangannya konsumen pada akhirnya akan memilih satu produk yang disukai untuk dibeli konsumen.

Citra merek adalah simbol, tanda untuk mengidentifikasi produk dari penjual atau perusahaan yang dimana kegunaanya untuk membedakan produk dari perusahaan

pesaing lainnya. Dengan adanya citra merek yang baik akan lebih bisa di kenal dan mudah untuk di ingat oleh pembelinya.

Faktor lain yang mempengaruhi konsumen yaitu harga. Harga bagian penentu utama dalam pemikiran konsumen, yang dimana harga bisa menentukan konsumen untuk membeli atau tidaknya produk sepeda motor tersebut. Konsumen akan mencari harga yang sesuai dengan membandingkan dengan harga yang ada pada pesaing sepeda motor lainnya. Memberikan harga sedikit sulit, karena ketika memberikan harga yang mahal maka minat pembelian pun akan sedikit mengurang dan bisa meningkatkan laba jangka pendek, dan apabila memberikan harga yang murah di bawah harga pasaran, minat pembelian memang akan sangat tinggi tetapi laba yang di dapat nantinya akan sangat kecil, dan akan dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan.

Wilayah Tangerang adalah salah satu kawasan metropolitan, dengan laju perekonomian yang di dominasi oleh perindustrian, dan banyak warga yang berusia produktif sehingga mobilitas warga di wilayah Tangerang cukup tinggi. Dengan adanya mobilitas warga yang cukup tinggi, sehingga alat transportasi menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat, salah satunya yaitu sepeda motor. Di wilayah Tangerang selain adanya perindustrian, ada juga sebuah bandara yang bernama Bandara Soekarno Hatta yang terletak di wilayah Tangerang. Saat pandemi COVID-19 masyarakat yang kehilangan pekerjaannya dikarenakan banyak perusahaan yang ingin mengurangi karyawan hal ini juga sangat berdampak pada penjualan sepeda motor.

saat ini COVID-19 sudah mulai mereda dan pemerintah pun sudah mulai melonggarkan aturan bagi tempat-tempat umum terutama Bandara Soekarno hatta, dengan dibukanya kembali terminal penerbangan domestik, hal ini dapat mempengaruhi dibukanya kembali lapangan pekerjaan. Di dalam Bandara Soekarno Hatta terdapat banyak sekali stand-stand seperti stand kopi, stand makanan, stand roti dan lain-lain. Hal inilah yang menjadi sumber lapangan pekerjaan bagi masyarakat terutama masyarakat yang berada di wilayah Tangerang.

Merek Honda saat ini masih menjadi merek yang paling banyak peminatnya di Indonesia. Banyak Faktor kenapa merek Honda sangat begitu melekat diingatan dan di hati masyarakat, karena merek Honda memiliki keunggulan disetiap keluaran sepeda motornya, yaitu dari segi kualitas dan keiritan bahan bakar, suku cadang yang mudah didapatkan, *sparepart* yang murah dan mempunyai jaringan bengkel resmi yang mudah untuk ditemukan. Jadi itulah alasan mengapa merek sepeda motor Honda masih menduduki pangsa pasar penjualan tertinggi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Minat Konsumen

Menurut (Sari, 2020) mengatakan bahwa :

“Yaitu perilaku pada konsumen yang memberikan petunjuk bahwa sejauh mana niat konsumen untuk membeli.”

Menurut Kotler, Bowen dan Makens yang di kutip oleh (Sari, 2020) mengatakan bahwa :

“Minat beli konsumen akan muncul atau timbul setelah adanya penentuan nilai.”

Menurut H Assel yang di kutip oleh (Muhammad Fahmul Iltiham & Nizar, 2020) mengatakan bahwa :

“Kebiasaan konsumen dalam mengkonsumsi sesuai dengan keinginan.”

Citra Merek

Menurut (Sunnyoto, 2019) dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa:

“Merek merupakan tanda berupa gambar, symbol, kata, susunan warna yang memiliki tanda pembeda yang digunakan dalam kegiatan penjualan.”

Menurut Suardhita et al yang di kutip oleh (Ginjar, 2022) mengatakan bahwa:

“merek merupakan bagian utama perusahaan yang menjadi reputasi pembeli.”

Menurut (Fera & Pramuditha, 2021) mengatakan bahwa:

“Citra merek adalah arahan atau petunjuk bagi pelanggan untuk melihat produk tersebut, yang dimana pelanggan memang belum memiliki informasi terhadap produk tersebut.”

Harga

Menurut (Sunnyoto, 2019) dalam bukunya yang berjudul Dasar- Dasar Manajemen Pemasaran mengatakan:

“Harga merupakan bagian yang paling penting karena jika penempatan harga terlalu mahal, maka tidak akan bisa berkembang”

Menurut (Noviyanti et al., 2021) mengatakan bahwa:

“Pengertian harga adalah berupa nilai tukar uang atau jumlah yang nantinya akan dipergunakan untuk mendapatkan barang ataupun jasa beserta pelayanan perusahaan tersebut”

Menurut (Inggriani & Janamarta, 2019) mengatakan bahwa:

“Harga adalah sebuah alat tukar yang dipakai oleh pembeli supaya dapat produknya”

Kepuasan Kerja

Menurut Kotler dan Keller yang di kutip oleh (Oktavianingsih & Setyawati, 2020) mengatakan bahwa:

“Keputusan pembelian adalah langkah untuk mengambil keputusan apabila konsumen membelikan produknya tersebut”

Menurut Kotler dan Armstrong yang di kutip oleh (Napik et al., 2018) mengatakan:

“Keputusan pembelian yaitu proses dimana pembeli akan melakukan keputusan untuk membeli produknya”

Menurut Wengan dan Mandey yang di kutip oleh (Siamsa, 2019) mengatakan bahwa:

“Tahapan konsumen untuk memilih atau mempertimbangkan segala sesuatunya dalam pembelian barang/jasa.”

III. METODE

Dalam penelitian ini, memakai penelitian dalam bentuk kuantitatif, adalah penelitian yang memakai data-data berisi angka untuk mengurai apa yang ingin dicari. Dengan menggunakan dekatan penelitian kuantitatif, maka data didapat dari sumbernya di olah menjadi angka. Populasi dimaksud sebagai wilayah berisi keterangan yang memiliki keunikan yang telah ditetapkan oleh peneliti yang harus dipelajari untuk mengambil kesimpulan Menurut (Sugiyono, 2019). Sampel yaitu suatu kesatuan dari keunikan pada populasi yang digunakan untuk meneliti Menurut

(Sugiyono, 2019). Untuk memperoleh data dan informasi, maka memakai penelitian pada konsumen yang telah melakukan pembelian barang di Dealer Amboh Motor.

Data Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Pria	18	18%
2	Wanita	82	82%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner

Data Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 20 tahun	10	10%
2	20 – 30 tahun	89	89%
3	30 – 45 tahun	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data Kuesioner

Teknik Pengumpulan Data

Dipenelitian ini, peneliti mendapatkan sampel kuesioner kuesioner, dan observasi.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskripsi Data

Menurut (Ghozali, 2018) “deskriptif yaitu gambaran keterangan yang dipandang mulai nilai rata-ratanya, statistik, dan lain sebagainya.”

2. Frekuensi Data

Menurut (Ghozali, 2018) “yaitu susunan dari data-data interval yang didalam sebuah daftar tersebut.”

3. Uji Validitas

Uji validitas yaitu langkah pada penyusunan guna agar mendapatkan keterangan dengan empiris guna mendukung pernyataan yang dibentuk sama skor instrument.

$$r = \frac{n\Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2} \{n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2}}$$

4. Uji Realibilitas

Yaitu digunakan untuk memastikan apakah kuesioner yang akan dipergunakan dalam pengumpulan variable realible atau tidak, karena kuesioner akan dikatakan realible apabila kuesioner dilakukan dengan cara mengukur ulang, dan nantinya akan memperoleh hasil yang sama.

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right]$$

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Menurut sugiyono dan susanto yang dikutip oleh (Deis1 et al., 2018) “Yaitu untuk menentukan antar variable dengan melihat hasil nilai korelasi variable bebas”

b. Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu mempunyai tujuan acuan garis variable dependen dan variable independen yang memiliki andil atau tidaknya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Yaitu untuk melihat adanya heteroskedisitas, maka dibuatlah persamaan garis asumsi tidak adanya heteroskedastisitas lalu menentukan nilai absolut residual, dan meregresikan nilainya absolut residual sebagai variable dependen dan dilakukan dari garis independen.

6. Analisis Regresi Sederhana

Menurut (Ghozali, 2018) “yaitu metode pendekatan agar mengetahui hubungan variabel independen pada variabel dependen.”

7. Analisis Regresi Berganda

berdasarkan hubungan linier dua atau lebih variable independen ($X_1, X_2, \dots X_n$) dengan variable dependen (Y). untuk melihat ikatan antar variable positif atau negative. Data yang digunakan yaitu berskala interval dan rasio.

8. Uji T

Menurut Priyanto yang di kutip oleh (Sakinah & Suhardi, 2018) “Uji t secara parsial dapat dipakai untuk mengetahui independen berpengaruh signifikan atau tidak pada dependen.”

9. Uji F

Menurut Priyanto yang di kutip oleh (Sakinah & Suhardi, 2018) “Bersamaan yang digunakan agar bisa melihat apakah bersamaan variable independen signifikan pada variable dependen.”

10. Analisis Koefisien Penentu (Determinasi)

Determinasi adalah alat yang dipakai agar mengetahui hubungan antara naik turunnya variable x dan variable y.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.623	2.20456

a. Predictors: (Constant), HARGA, CITRAMEREK, MINATKONSUMEN

b. Dependent Variable: KEPUTUSANPEMBELIAN

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25.0

Pada ditabel atas, dilihat nilai *R Square* berjumlah 0,635, maka menunjukkan variabel independen Minat Konsumen, Citra Merek dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu sebesar 63,5%, dan sisanya dengan nilai sebesar 36,5% dijelaskan divariabel lainnya ga ada dimasukan di penelitian ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Hasil Uji T Minat Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	17.751	3.663		4.846	.000
MINATKONSUME N	.542	.054	.710	9.989	.000

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25.0

Berdasarkan tabel diatas, dilihat bahwa t hitung (9,989) > (1,98472) dan nilai signifikan dari Minat Konsumen lebih kecil dari (0,05) yaitu $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Minat Konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil Uji T Citra Merek

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	27.724	3.431		8.081	.000
CITRAMEREK K	.494	.064	.617	7.759	.000

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25.0

Berdasarkan diatas, dilihat t hitung (7,759) > (1,98472) dan nilai signifikan dari Citra Merek lebih kecil dari (0,05) yaitu $0,000 < 0,05$ dan disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil Uji T Harga

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.563	3.572		3.517	.001
HARGA	.776	.066	.763	11.696	.000

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25.0

Didasarkan tabel diatas, dapat diketahui t hitung (11,696) > (1,98472) nilai signifikan dari Harga lebih kecil dari (0,05) yaitu 0,000 < 0,05 jika disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima, artinya Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

- Uji F

Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	810.181	3	270.060	55.567	.000 ^b
	Residual	466.569	96	4.860		
	Total	1276.750	99			

Sumber: Hasil Olahan SPSS 25.0

Pada tabel diatas, adanya nilai f hitung sebesar 55,567 dengan f tabel yaitu sebesar 2,70. nilai f tabel berasal dari hasil perhitungan (k ; n-k) diketahui “k” yaitu jumlah variabel independen dan “n” adalah jumlah dari sampel, maka perhitungannya adalah (3 ; 100-3) = (3 ; 97). Maka hasil yang didapatkan yaitu dengan nilai f hitung > nilai f tabel 55,567 > 2,70, jadi pengajuan dari peneliti ini dapat diterima

V. KESIMPULAN

Dari hasil perhitungan variabel Minat Konsumen (X1) Pada kolom R Square pada variabel minat konsumen menunjukkan angka R Square yaitu 0,635 yang menunjukkan besarnya pengaruh bauran pemasaran pada variabel minat konsumen sejumlah 63,5 % yang sisanya 36,5% di pengaruhi oleh hal lainnya diluar penelitian ini. Pada uji t, minat konsumen diperoleh dari angka distribusi t tabel sejumlah 1,98472 nilai t hitungnya itu besar dibanding t tabel yaitu 9,989 > 1,98472, angka signifikan sebsar 0,000 < 0,05 jadi tidak ada penolakan Ho berarti hipotesisnya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa minat konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari angka perhitungan variabel Citra Merek (X2) Pada kolom R Square pada variabel citra merek menunjukkan angka R Square yaitu 0,635 yang menunjukkan besarnya pengaruh bauran pemasaran pada variabel citra merek sebesar 63,5 % dan sisanya 36,5% di pengaruhi pada hal

lainnya diluar penelitian ini. Berdasar pada uji t, citra merek diperoleh angka distribusi t tabel yaitu sejumlah 1,98472 memiliki angka t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $7,759 > 1,98472$, angka signifikan sejumlah $0,000 < 0,05$ dan dapat disimpulkan tidak ada penolakan H_0 berarti hipotesisnya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari angka perhitungan variabel Harga (X3) Pada kolom R Square pada variabel harga menunjukkan angka R Square yaitu 0,635 yang menunjukkan besarnya pengaruh bauran pemasaran pada variabel harga sebesar 63,5 % sisanya 36,5% di pengaruhi pada hal lainnya diluar penelitian ini. pada uji t, harga diperoleh angka distribusi t tabel sejumlah 1,98472 angka t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $11,696 > 1,98472$, angka signifikan sejumlah $0,000 < 0,05$ dan disimpulkan tidak ada penolakan H_0 berarti hipotesisnya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil perhitungan variabel Minat Konsumen (X1), Citra Merek (X2), dan Harga (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada kolom R Square pada variabel minat konsumen, citra merek dan harga menunjukkan angka R Square 0,635 yang menunjukkan besarnya pengaruh bauran pemasaran pada variabel minat konsumen, citra merek dan harga sebesar 63,5% sedangkan sisanya 36,5% dipengaruhi pada hal lainnya diluar penelitian ini. Di uji f. hasil dari pengujian simultan variabel minat konsumen, citra merek dan harga dengan nilai F tabel sebesar 2,70 yang dimana F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $55,567 > 2,70$. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan tidak ada penolakan H_0 berarti hipotesisnya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya bahwa minat konsumen, citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, D. S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yakult. Diana Sarah Ahsan.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*.
- Amilia, S. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*.
- Anshori, L. (2022). *Pandemi Terkendali, Kredit Motor Honda di Jakarta-Tangerang Naik 17%*. DetikOto.
- Aqila, H. (2019). *Klasifikasi Jenis Data*.
- Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Smartphone Samsung Di Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*.
- Bagus Sarjana, M. A. M. I. W. S. (2018). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat*.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*.
- Dadang Syaputra, Y. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Optik Humaira Di Sekayu. *Jurnal Agora*.
- Deis1, M., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai Â Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (BPFE (ed.); ke 7). BPFE.
- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Undip.
- Ginangjar, G. (2022). *Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk H & M (Study Kasus Pada Online Shop Dystuff)*.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*.
- Heri Susilo , Andi Tri Haryono SE MM, M. M. W. S. A. M. (n.d.). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandungan*.
- Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV . Meubele Berkah Tangerang*.
- Inggriani, A., & Janamarta, S. (2019). Pengaruh “Brand Name”, “Perceived Quality”, Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak jenis Super, Studi Kausalitas pada Pengguna Motor Produksi Masal di Shell BSD 1 Jalan Pahlawan Seribu. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*.
- Khumairo, D. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Jurnal Progress Conference*.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*.
- Muhammad Fahmul Iltiham, & Nizar, M. (2020). Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Malia (Terakreditasi)*.
- Napik, A., Qomariah, N., & Santoso, B. (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Jurnal Penelitian IPTEKS*.
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tukur. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan*

Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh.

- Nur Aulia Agustina, Seno Sumowo, B. W. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.*
- Nurhayati, D. S., & Hidayat, A. M. (2020). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Toyota Tahun 2020 (Case study of Toyota vehicle users communities in Cilacap) at 2020. 2020*(September 1933).
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA).*
- Riskyady, Y. (2021). Pengaruh Media Sosial Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Loket.Com. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN).*
- Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.*
- Sakinah, N. L., & Suhardi, D. (2018). Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management.*
- Sari, S. P. (2020). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.*
- Shafly, N. (2021). *Sempat Drop di 2020, AISI Optimis Penjualan Motor Tembus 4,3 Juta Unit Tahun Ini.* Gridoto.Com.
- Siamsa, S. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustika Ratu Pada Pegawai Rumah Sakit Bunda Pengharapan.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (konsep, strategi, kasus)* (ke 3). CAPS.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran.*
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA.*
- Warasto, H. N. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di Wilayah Jakarta Timur). *JURNAL SeMaRaK.*
- Widiyanto, G. (2022). *The Influence of Price , Location , Promotion , and Service on Product Purchase Decision Making During The Covid-19 Pandemic (Case Study on Small and Medium Enterprises (UKM) of Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila Tangerang City , Banten).*

Analisis Pengaruh Pengetahuan Pajak, Penerapan Online Pajak, dan *Self Assessment System* terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus terhadap Wajib Pajak Yang Terdaftar di KPP Pratama Tangerang Barat)

Leonardo Kurniawan^{1)*}, Sabam Simbolon²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾kurniawanleonardo1999@gmail.com

²⁾bolonzaba@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Pajak
Wajib Pajak Orang Pribadi
KPP Pratama Tangerang Barat
Covid-19

Abstrak

Penelitian ini meneliti pengaruh Pengetahuan Pajak, Penerapan Online Pajak, serta *Self Assessment System* kepada tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada *database* KPP Pratama Tangerang Barat di masa Covid-19.

Penelitian ini memakai metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai tekniknya, dan perhitungannya memakai rumus *slovin* dengan sampel berjumlah 100 responden.

Penelitian ini berupa penelitian kuantitatif, dimana informasi bersumber dari responden dengan bantuan *google forms*. Dalam pengolahan dan pengujian data menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Berdasarkan hasil dari penelitian. Secara parsial (uji t), Pengetahuan Pajak kepada Kepatuhan Wajib Pajak senilai $3,959 > 1,985$ dengan signifikansi $0,001 < 0,050$, Penerapan Online Pajak kepada Kepatuhan Wajib Pajak senilai $1,351 < 1,985$ dengan signifikansi $0,180 > 0,050$, *Self Assessment System* kepada Kepatuhan Wajib Pajak senilai $2,017 > 1,985$ dengan signifikansi $0,047 < 0,050$. Sedangkan secara simultan (uji f), Pengetahuan Pajak, Penerapan Online Pajak, serta *Self Assessment System* kepada Kepatuhan Wajib Pajak senilai $14,750 > 2,70$ dengan signifikansi $0,000 < 0,050$.

I. PENDAHULUAN

Pajak adalah sumber penghasilan bagi negara untuk dapat melaksanakan aktivitas negara itu sendiri atas segala biaya atau anggaran yang terjadi. Pajak pada hakikatnya tidak terbatas dan akan berkembang terus bersamaan dengan meningkatnya aktivitas masyarakat, hal ini berlainan dengan pendapatan dari hasil sumber daya alam yang jumlahnya semakin menipis dan pada akhirnya menjadi langka dan harus dilindungi. Pada dasarnya pembangunan nasional dilaksanakan secara bersama antara pemerintahan dengan masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor perpajakan (Simbolon, 2021).

Kepatuhan Wajib Pajak dirasa penting terkhusus untuk Wajib Pajak Orang Pribadi yang merupakan objek penelitian dengan indikator utamanya yaitu penerimaan pajak. Ketidakpatuhan Wajib Pajak untuk membayar pajak, maka bisa menimbulkan keinginan untuk mengabaikan pajak, dan menghindari pajak, serta pada akhirnya akan membuat hilangnya penerimaan negara.

Pengetahuan Perpajakan dan keseriusan Wajib Pajak untuk mempelajari perpajakan dapat mencerminkan kepatuhan pajak. Bagi Wajib Pajak yang belum mengetahui esensialnya pengetahuan tentang pajak akan lebih cenderung untuk bingung dalam melaporkan dan membayarkan kewajibannya. Hal ini tentu berisiko terhadap dampak ketidakpatuhan pajak yang diindikasikan dari ketidaktahuan dan pengabaian pajak. Untuk mendasari upaya kepatuhan pajak, Pengetahuan Perpajakan umumnya harus dimiliki oleh setiap masyarakat umum, hal ini berguna sebagai pengetahuan dasar sebelum melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan perpajakan (Wijayanti & Sasongko, 2017).

Dari perkembangan teknologi dan meningkatnya aktivitas perpajakan, maka dibentuklah implementasi dari sistem online pajak yang mampu memudahkan Wajib Pajak dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan sebagai bentuk inovasi agar meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. Penerapan sistem online pajak didasari atas masalah yang timbul dari Wajib Pajak yang terhalang masalah jarak yang jauh dari rumah, waktu yang terbatas, serta birokrasi dan antrean yang panjang. Dengan menerbitkan sistem perpajakan berbasis online, hal ini diharapkan memberikan kemudahan dan keefektifan kepada Wajib Pajak agar senantiasa mau dan taat disiplin pajak.

Perpajakan Indonesia kini telah menerapkan *Self Assessment System*, dimana *Self Assessment System* ialah bentuk dari reformasi pajak pada sistem perpajakan lama yaitu *Official Assessment System* yang diterapkan pada tahun 1983. Dengan diterapkannya *Self Assessment System*, maka setiap Wajib Pajak memiliki hak untuk menghitung, membayar, serta melaporkan pajak terutang secara mandiri, sedangkan aparat pajak bertugas mengawasi dan memberi arahan bila Wajib Pajak mendapat kesulitan. Keberhasilan *Self Assessment System* dapat dinilai dari tingkat kepatuhan sukarela oleh setiap Wajib Pajak terhadap kewajiban perpajakan, serta oleh pengawasan yang optimal oleh otoritas pajak. Namun dari kebijakan yang ada, *Self Assessment System* memiliki kelemahan yang cukup besar, dimana kepercayaan atas tingkat kejujuran oleh setiap Wajib Pajak masih perlu dipertanyakan, sebab tidak semua Wajib Pajak mampu untuk bertingkah jujur, alhasil muncul penyimpangan-penyimpangan disana-sini walaupun sudah terdapat peraturan dan sanksi tertulis.

Dalam beberapa tahun ini, dunia telah mengadu nasib dengan virus Corona yang mewabah saat menjelang tahun 2020. Hal ini memicu pembatasan aktivitas yang mengakibatkan aktivitas publik menurun drastis. Tentu hal ini berkaitan erat dengan sektor penerimaan pajak negara yang digunakan untuk kepentingan masyarakat agar mampu bertahan dari serangan Covid-19. Berdasarkan Laporan Kinerja (Lakin) DirJen Pajak untuk periode tahun 2020 bersumber dari (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021), pemerintah telah menetapkan target sasaran strategis atau Indikator Kinerja Utama (IKU). Sebesar 80% (15.205.435 SPT) dari akumulasi total SPT Tahunan Wajib Pajak pribadi dan badan. Namun realisasi tidak mencapai target, dengan hasil sebesar 77.63% (14.754.855 SPT). Hal ini terjadi karena: 1. Dampak pandemi Covid-19 yang menonaktifkan sebagian besar aktivitas masyarakat; 2. Proses pelaporan SPT Tahunan terkendala karena pembatasan layanan tatap muka langsung di KPP; 3. Wajib Pajak masih membutuhkan konsultasi langsung dari aparat pajak.

Tujuan penelitian yang dilakukan untuk mencari tahu pengaruh antara Covid-19 dengan pelaksanaan perpajakan dalam kondisi dan situasi yang sedang terjadi dengan variabel penelitian

yaitu Pengetahuan Pajak, Penerapan Online Pajak, serta *Self Assessment System* selaku variabel bebas, dan Kepatuhan Wajib Pajak selaku variabel terikat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengetahuan Pajak

Pengetahuan Perpajakan yaitu suatu bentuk dari informasi yang berkaitan dengan perpajakan dan dipergunakan untuk bertindak, menyusun strategi, serta membuat keputusan mengenai hak serta kewajibannya sebagai Wajib Pajak (Sari & Fidiana, 2017).

Menurut (Mardiasmo, 2016), Pengetahuan Pajak merupakan segala hal yang perlu untuk diketahui serta dipahami yang berkaitan pada hukum perpajakan, baik materiil dan formil.

Menurut (Ilhamsyah *et al.*, 2016), Pengetahuan Pajak yaitu dimana seorang Wajib Pajak dapat mengetahui serta memahami hak serta kewajibannya sebagai Wajib Pajak, mengetahui apa itu NPWP, tarif pajak, PTKP, sanksi pajak, tata cara pembayaran pajak, serta cara dalam melaporkan pajak.

Penerapan Online Pajak

E-system pajak merupakan suatu prosedur pelaporan perpajakan secara online yang saling berkaitan dan terintegrasi langsung pada *database* kantor pajak (Sukiyaningsih, 2020).

Menurut (Ulyani, 2016), *e-system* pajak merupakan upaya memodernisasi sistem perpajakan yang memanfaatkan teknologi informasi supaya dapat meningkatkan pelayanan pajak kepada setiap Wajib Pajak.

Self Assessment System

Self Assessment System yaitu prosedur pemungutan pajak yang memberikan secara penuh kewenangannya kepada Wajib Pajak untuk dapat menentukan besaran pajaknya yang harus dibayarkan pertahunnya berlandaskan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (Resmi, 2019).

Menurut (Aryanti & Andayani, 2020), pengertian *Self Assessment System* yaitu pemungutan pajak yang diberlakukan untuk memberikan kepercayaan secara penuh untuk Wajib Pajak, sebagai bentuk upaya pemerintah untuk meningkatkan kesadaran, kejujuran, dan peran Wajib Pajak dalam menyetorkan pajak terutang.

Menurut (Christian & Jenni, 2020), *Self Assessment System* ialah sebuah sistem kepercayaan dimana masyarakat diberikan hak untuk dapat menghitung serta melaporkan pajaknya yang terutang secara mandiri, sedangkan aparat pajak bertugas untuk mengawasi.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan pajak yakni suatu kemauan setiap Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajiban serta aturan-aturan pajak yang berlaku. (Rahayu, 2017).

Menurut (Supriyati, 2017), Kepatuhan perpajakan merupakan sejauh apa Wajib Pajak dapat mematuhi perundang-undangan serta administrasi perpajakan melibatkan hukum dari pemerintah.

Menurut (Siahaan & Halimatusyadiah, 2019), Kepatuhan Wajib Pajak ialah bentuk dari ketaatan terhadap kewajiban perpajakan yang dilaksanakan setiap Wajib Pajak sebagai bentuk peran serta dalam pembangunan negara dengan sebuah harapan dapat dilaksanakan dengan sukarela serta menyampaikan SPT dengan benar dan lengkap.

III. METODE

Jenis penelitian memakai pendekatan kuantitatif, hal ini karena perolehan data didapat dari jawaban dari kuesioner online berskala *likert* 1-5 angka dan diproses secara statistik dan diolah dengan aplikasi SPSS versi 26. Pada penelitian ini memakai sumber dari data primer, yang bersumber dari responden langsung yaitu Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada KPP Pratama Tangerang Barat.

Populasi

Populasi yakni suatu keseluruhan dari objek dan individu yang bermacam-macam karakteristiknya yang akan dijadikan objek penelitian (Silaen, 2018). Jumlah populasi penelitian ini yaitu seluruh Wajib Pajak Orang Pribadi (± 416.978) yang terdaftar pada KPP Pratama Tangerang Barat.

Sampel

Sampel ialah sekelompok dari jumlah serta karakteristik yang didapat dari sebuah ukuran populasi (Sugiyono, 2018). Untuk dapat menentukan sampel, metode yang digunakan yakni *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* sebagai tekniknya, serta rumus *Slovin* digunakan untuk dapat menghitung besaran sampel.

Penjelasan:

	n = Total responden	n = ?
	N = Total Populasi	N = 416.978
	e = Batas Toleransi	e = 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{416.978}{1 + 416.978(10\%^2)}$$

$$n = \frac{416.978}{1 + 416.978(0,01)}$$

$$n = \frac{416.978}{1 + 4.169,78}$$

$$n = \frac{416.978}{4.170,78}$$

$$n = 99,976$$

Dari hasil diatas, kebutuhan sampel yang diperlukan untuk dapat melaksanakan penelitian yaitu sebanyak 100 responden jika dibulatkan.

Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator Variabel Penelitian
Variabel	Indikator
Pengetahuan Pajak (X1)	1- Latar belakang pendidikan yang dimiliki. 2- Pengetahuan mengenai peraturan perpajakan.
Sumber: (Rahayu, 2017)	3- Pengetahuan mengenai sanksi perpajakan.
Penerapan Online Pajak (X2)	1- Kecepatan dalam pelaporan.

	2- Hemat pembiayaan,
	3- Kecepatan dalam perhitungan.
	4- Kemudahan dalam pencatatan data.
	5- Kepuasan penggunaan.
	6- Lebih ramah lingkungan.
Sumber: (Faizah, 2018)	7- Mengurangi tingkat kesalahan.
<i>Self Assessment System (X3)</i>	1- kewenangan dalam menentukan besaran pajak secara mandiri.
	2- Secara aktif, menghitung, menyeter, dan melaporkan pajaknya secara mandiri.
Sumber: (Mardiasmo, 2016)	3- Aparatur pajak tidak terlibat dan hanya mengawasi.
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	1- kemauan untuk mengajukan diri menjadi Wajib Pajak.
	2- Patuh menyampaikan SPT.
	3- Melaporkan pajak secara benar (tidak adanya kecurangan).
	4- Patuh membayar pajak atas tunggakannya.
	5- Wajib Pajak memenuhi syarat dalam membayar pajak.
	6- Menyelesaikan kewajiban pajak sesuai aturan yang berlaku.
	7- Bayar pajaknya tepat waktu.
Sumber: (Pohan, 2017), (Wardani & Rumiyatun, 2017)	8- Mengetahui jatuh tempo pembayaran pajak.

IV. HASIL

Koefisien Determinasi (R^2) – Parsial

Model Summary – Pengetahuan Pajak

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,468 ^a	0,219	0,211	3,465

a. Predictors: (Constant), **X1**

Dari hasil pengujian tabel, Nilai *R Square* yaitu 0.211. Nilai itu memperlihatkan variabel bebas pada tabel di atas memiliki pengaruh yang lemah dalam mempengaruhi variabel terikatnya.

Model Summary – Penerapan Online Pajak

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,385 ^a	0,148	0,139	3,619

a. Predictors: (Constant), **X2**

Dari hasil pengujian tabel, Nilai *R Square* yaitu 0.139. Nilai tersebut memperlihatkan variabel bebas pada tabel di atas memiliki pengaruh yang sangat lemah dalam mempengaruhi variabel terikatnya.

Model Summary – Self Assessment System

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.458 ^a	0,210	0,202	3,484

a. Predictors: (Constant), **X3**

Dari hasil pengujian tabel, Nilai *R Square* yaitu 0.210. Nilai tersebut memperlihatkan variabel bebas pada tabel di atas memiliki pengaruh yang lemah dalam mempengaruhi variabel terikatnya.

Koefisien Determinasi (R^2) – Simultan

Model Summary – (Simultan)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,562 ^a	0,316	0,294	3,277

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

Dari pengujian tabel. Pada kolom *Adjusted R Square* (R^2) yaitu 0.294. Dari nilai itu memperlihatkan variabel bebas yang dipakai pada penelitian ini hanya dapat menerangkan variabel terikat sebanyak 29,4%, dan selebihnya yaitu 70,6% diterangkan variabel-variabel lain.

Uji Statistik T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,864	2,468		6,428	0,000
	Total X1	0,342	0,097	0,329	3,539	0,001
	Total X2	0,124	0,092	0,146	1,351	0,180
	Total X3	0,284	0,141	0,230	2,017	0,047

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil statistik secara parsial, bisa diketahui bahwa Pengetahuan Pajak (X1) ($3,959 > 1,985$), dan *Self Assessment System* (X3) ($2,017 > 1,985$) berpengaruh positif signifikan kepada Kepatuhan Wajib Pajak, tetapi berbeda pada Penerapan Online Pajak (X2) ($1,351 < 1,985$) yang tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan kepada Kepatuhan Wajib Pajak.

Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	475,195	3	158,398	14,750	0,000 ^b
	Residual	1.030,915	96	10,739		
	Total	1.506,110	99			

a. Dependent Variable: Y

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

Berdasarkan hasil statistik secara simultan yang menampilkan bahwa Pengetahuan Pajak (X1), Penerapan Online Pajak (X2), serta *Self Assessment System* (X3) berpengaruh simultan positif signifikan kepada Kepatuhan Wajib Pajak (Y), f hitung $>$ f tabel ($14,750 > 2,700$) dan sig. ($0,00 < 0,05$).

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian yang dilaksanakan, variabel Pengetahuan Pajak dengan simbol X1, memiliki nilai dari uji statistik t yaitu ($3,959 > 1,985$) dan tingkat signifikansinya ($0,001 < 0,050$). Maka kesimpulannya yaitu variabel Pengetahuan Pajak kepada variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan pengujian yang dilaksanakan, variabel Penerapan Online dengan simbol X2, memiliki nilai dari uji statistik t yaitu ($1,351 < 1,985$) dan tingkat signifikansinya ($0,180 > 0,050$). Maka kesimpulannya yaitu variabel Penerapan Online Pajak kepada variabel Kepatuhan Wajib Pajak tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan.

Berdasarkan pengujian yang dilaksanakan, variabel *Self Assessment System* dengan simbol X3, memiliki nilai dari uji statistik t yaitu ($2,017 > 1,985$) dan tingkat signifikansinya ($0,047 < 0,050$). Maka kesimpulannya yaitu variabel *Self Assessment System* kepada variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan pengujian yang dilaksanakan, variabel Pengetahuan Pajak, Penerapan Online Pajak, serta *Self Assessment System* secara simultan memiliki nilai dari uji statistik f yaitu ($14,750 > 2,700$) dengan tingkat signifikansinya ($0,000 < 0,050$). Sehingga kesimpulannya yaitu variabel Pengetahuan Pajak, Penerapan Online Pajak, serta *Self Assessment System* secara simultan kepada variabel Kepatuhan Wajib Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryanti, D., & Andayani. (2020). Pengaruh Self Assessment System dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(7), 1–21.
- Christian, & Jenni. (2020). Pengaruh Tingkat Pemahaman Perpajakan, Penerapan E-Filing dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Menyampaikan SPT Tahunan. *ECo-Fin*, 2(3), 92–103. <https://doi.org/10.32877/ef.v2i3.379>
- Faizah, A. (2018). *Pengaruh Penerapan E-System Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Surabaya Karangpilang*. Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel.
- Ilhamsyah, R., Endang, M. G. W., & Dewantara, R. Y. (2016). Pengaruh Pemahaman dan Pengetahuan Wajib Pajak Tentang Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Samsat Kota Malang). *Jurnal Perpajakan (JEJAK)*, 8(1), 1–9.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2020*. https://www.pajak.go.id/sites/default/files/2021-02/LAKIN_DJP_2020.pdf
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan* (Rev. ed.). Andi Publisher.
- Pohan, C. A. (2017). *Pembahasan Komprehensif Pengantar Perpajakan Teori dan Konsep Hukum Pajak* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Rahayu, S. K. (2017). *Perpajakan: Konsep dan Aspek Formal* (1st ed.). Rekayasa Sains.
- Resmi, S. (2019). *Perpajakan: Teori dan Kasus* (11th ed.). Salemba Empat.
- Sari, V. A. P., & Fidiana. (2017). Pengaruh Tax Amnesty, Pengetahuan Perpajakan, dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(2), 744–760.
- Siahaan, S., & Halimatusyadiah, H. (2019). Pengaruh Kesadaran Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi. *Jurnal Akuntansi*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.1.1-14>

- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis* (Rev. ed.). In Media.
- Simbolon, S. (2021). Analisis Tingkat Efektivitas dan Kontribusi Pajak Bumi dan Bangunan terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Tangerang. *AKUNTOTEKNOLOGI : JURNAL ILMIAH AKUNTANSI DAN TEKNOLOGI*, 13(2), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.870>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sukiyaningsih, T. W. (2020). Studi Penerapan E-System dan Pelaksanaan Self Assesment System terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Universitas Serang Raya). *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5(2), 134–144.
- Supriyati. (2017). Tantangan Demokratisasi Dalam Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 9(2), 59–72.
- Ulyani, T. A. (2016). Pengaruh Persepsi Wajib Pajak atas Penerapan E-System, dan Account Representative terhadap Kepatuhan (Studi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kendari). *Jurnal Akuntansi*, 1(2), 39–52.
- Wardani, D. K., & Rumiyaun. (2017). Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor, dan Sistem Samsat Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.24964/ja.v5i1.253>
- Wijayanti, D. W., & Sasongko, N. (2017). Pengaruh Pemahaman, Sanksi Perpajakan, Tingkat Kepercayaan pada Pemerintah dan Hukum terhadap Kepatuhan dalam Membayar Wajib Pajak (Studi Wajib Pajak pada Masyarakat di Kalurahan Pajang kecamatan Laweyan Surakarta). *Peran Profesi Akuntansi Dalam Penanggulangan Korupsi*, 308–326.

Analisa Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan *Leverage* terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris Perusahaan *Consumer Goods* Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 – 2021)

Raishya Rarung^{1)*}, Susanto Wibowo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾raishyararung99@gmail.com

²⁾susanto.wibowo@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima, September 2022;
Perbaikan, September 2022;
Diterima, September 2022;
Tersedia online, Oktober 2022

Kata kunci :

Ukuran Perusahaan
Ukuran Dewan Komisaris
Leverage
Corporate Social Responsibility

Abstrak

Penelitian ini melihat dampak Ukuran Dewan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* pada Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Populasi penelitian ini yakni laporan keuangan perusahaan manufaktur subsektor farmasi di BEI 2016 - 2021.

Sampel ditentukan melalui purposive sampling dengan sampel tujuh perusahaan selama enam tahun pengamatan, menghasilkan total 42 sampel. SPSS Ver.25 digunakan untuk menganalisis data penelitian. Pengujian dijalankan menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian diketahui ukuran Dewan Komisaris dan *Leverage* berdampak kecil pada *Corporate Social Responsibility*, namun ukuran perusahaan berdampak besar. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dipengaruhi oleh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris secara bersamaan.

I. PENDAHULUAN

Belakangan ini dapat dilihat bahwa era globalisasi saat ini mempengaruhi segala aspek dalam kehidupan. Mulai dari aspek politik, sosial budaya, teknologi, hukum dan ekonomi. Perubahan yang terjadi sangat beragam baik itu dari segi positif maupun segi negatifnya dalam semua aspek. Seperti misalnya dari aspek ekonomi, pengaruh globalisasi sangat berdampak sangat positif bagi perubahan ekonomi yang terjadi di Indonesia saat ini meskipun tidak dipungkiri bahwa masih terdapat beberapa perubahan yang juga mengarah ke arah negatif. Salah satu contoh dari segi positifnya misalnya adalah terjadinya kenaikan drastis pada pengimplementasian bisnis berbasis Online. Sedangkan contoh dari sisi negatifnya seperti timbulnya persaingan bisnis yang kurang sehat, persaingan yang tidak sehat tentunya akan menyebabkan banyak kerugian baik itu bagi pemerintah, perusahaan, lingkungan maupun bagi masyarakat sendiri.

Akibat dari persaingan bisnis yang sangat ketat membuat sejumlah perusahaan melakukan tindakan persaingan yang tidak sehat dalam menjalankan bisnisnya. Demi mendapatkan keuntungan yang maksimal, sejumlah perusahaan berbondong-bondong melakukan produksi besar-besaran tanpa memperdulikan bagaimana mereka akan mengatur kemana dan bagaimana mereka membuang limbah produksi mereka.

Sebagai ilustrasi adalah kasus degradasi lingkungan yang dilakukan DANONE AQUA baru-baru ini (07/02/2022) dimana juga DANONE AQUA jadi dinobatkan sebagai pencemar terbesar di sejumlah sungai di BALI. Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan di perairan-perairan sungai Bali banyak ditemukan banyak sampah – sampah kemasan yang mencapai kisaran angka sebesar 227.842 sampah yang meliputi kaleng, saset, gelas sekali pakai, botol plastik, plastik keras, dan gelas kaca. Dari jumlah tersebut terhitung bahwa jumlah item sampah dari Danone Aqua ini mencapai angka 27.486 benda atau 12% dari total keseluruhan sampah yang ada di perairan Bali (**Tempo, n.d.**).

Masyarakat yang lingkungannya tercemar umumnya akan meminta pertanggung-jawaban pada perusahaan - perusahaan tersebut dan tentunya mereka juga akan mencap bahwa perusahaan – perusahaan tersebut adalah perusahaan yang buruk dan tidak bertanggungjawab karna mereka tidak peduli akan kerusakan lingkungan sekitar tempat produksi mereka. Penurunan rasa percaya masyarakat akan perusahaan tentunya akan berdampak buruk bagi kelangsungan hidup perusahaan kedepannya selain itu citra perusahaan dapat dipastikan akan mengalami penurunan yang dimana hal ini akan berdampak langsung pada menurunnya tingkat permintaan akan barang yang diproduksi perusahaan.

Untuk menghindari hal tersebut, maka dibutuhkanlah suatu sistem yang mengatur mengenai sisten pertanggungjawaban perusahaan, disebut *Corporate Social Responsibility*. Menurut (**Budi Untung, 2008, pp. 1–3**) *Corporate Social Responsibility*(CSR) yaitu komitmen dari perusahaan agar dapat berkontribusi yang signifikan dalam perkembangan ekonomi kedepannya, berfokus terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan menyoroti keseimbangan pertimbangan sosial, lingkungan dan ekonomi. Didalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini ada berbagai faktor yang dianggap mampu mempengaruhi banyak nya informasi yang diungkapkan perusahaan, diantaranya adalah Profitabilitas, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Ukuran Leverage, dan lain sebagainya.

Menurut (Kartika Sari dan Merianti, 2016) dalam buku (**Anggara & Toni, 2021**) Ukuran Perusahaan yaitu suatu ukuran terkait ukuran dari perusahaan yang berdasarkan dari kapitalisasi pasar, total asset serta penjualan.

Menurut (**Wardhani & Si, 2018**) Dewan komisaris merupakan suatu perwakilan dari para stakeholder yang memiliki peran pengawas dari kinerja perusahaan, juga kinerja sosial dari perusahaan tersebut.

Menurut (**Sarmigi et al., 2021, p. 73**) Rasio *Leverage* disebut istilah rasio solvabilitas, yang dimana rasio ini dapat digunakan sebagai suatu alat pengukuran mengenai sejauh mana kemampuan perusahaan untuk menutupi hutang jangka panjang yang mereka miliki.

Dengan faktor- faktor tersebut maka riset yang dilakukan peneliti memiliki tujuan untuk menganalisa dampak dari Ukuran Dewan Komisaris, Leverage, dan Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Consumer Goods Sub Sektor Farmasi di BEI 2016-2021 baik secara simultan maupun parsial.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Ukuran Perusahaan

Menurut (Kartika Sari dan Merianti, 2016) dalam buku (Anggara & Toni, 2021, p. 6) menyatakan bahwa :

“Ukuran perusahaan ditetapkan oleh kapitalisasi pasar, total aset, dan penjualan. Perusahaan yang semakin besar maka semakin mudah untuk memperoleh pendanaan dari sumber luar. Selain itu, jika jumlah modal yang dikumpulkan meningkat, bisnis akan berkembang di masa depan.”

Menurut Eddy (2005) dalam (Yanti et al., 2021) menyatakan bahwa :

“Ukuran perusahaan dipakai dalam menguraikan ketidaksesuaian pengungkapan laporan keuangan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan:

Perhitungan dari Ukuran Perusahaan yakni :

$$Size = Ln (Total Aset)$$

Sumber : (Anggreni & Adiwijaya, 2020)

Ukuran Dewan Komisaris

Menurut (Wardhani & Si, 2018) menyatakan bahwa :

“Dewan komisaris merupakan suatu perwakilan dari para stakeholder yang memiliki peran pengawas dari kinerja perusahaan, juga kinerja sosial dari perusahaan tersebut”.

Perhitungan dari variabel Ukuran Dewan Komisaris ini adalah :

$$Dewan Komisaris = \Sigma Dewan Komisaris Perusahaan$$

Sumber : (Fahrizqi, 2017)

Leverage

Menurut (Sarmigi et al., 2021, p. 73) menyatakan bahwa :

“Rasio Leverage dapat dikatakan dengan istilah rasio solvabilitas, yang dimana rasio ini dapat digunakan sebagai suatu alat pengukuran mengenai sejauh mana kemampuan perusahaan untuk menutupi hutang jangka panjang yang mereka miliki”.

Sementara menurut Horne (2001, hal 181-216) dalam (Anggreni & Adiwijaya, 2020) menyatakan bahwa :

“Leverage ratio ini adalah suatu penggunaan dari biaya tetap yang digunakan untuk meningkatkan profitabilitas.”

Perhitungan dari variabel Leverage ini menggunakan rumus Debt to Total Asset Ratio (DAR) :

$$DAR = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Harta} \times 100\%$$

Sumber : (Perusahaan, 2017)

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

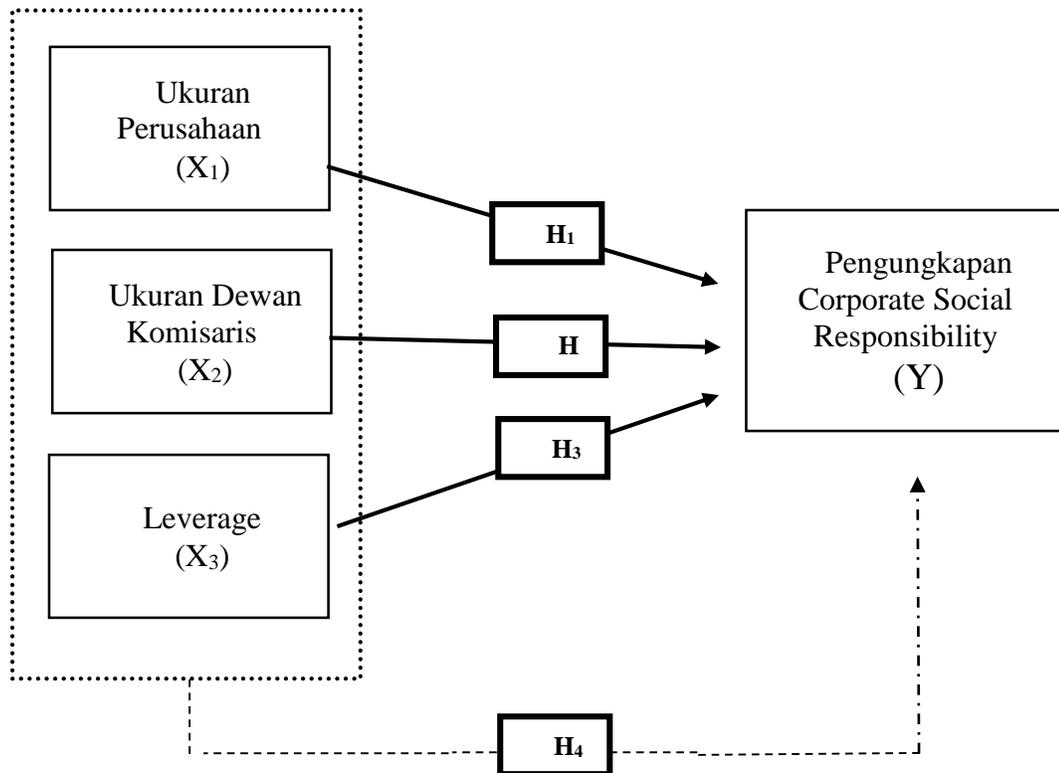
Menurut (Budi Untung, 2008, pp. 1–3) Corporate Social Responsibility yaitu janji perusahaan berkontribusi yang substansial bagi pembangunan ekonomi masa depan berfokus tanggung jawab sosial perusahaan serta menekankan keseimbangan antara pertimbangan sosial, lingkungan, dan ekonomi. Variabel ini diukur dengan menggunakan metode pengukuran *GRI vers. 4* yang dimana penilaian dilakukan dengan mengamati Informasi dalam Annual Report dan mencocokkannya dengan kategori yang ada.

Variabel ini diukur dengan menggunakan rumus:

$$CSRDi = \frac{\sum Xi}{n}$$

Sumber : (Ivon & Wahjuni, 2018)

Kerangka Pemikiran



Sumber : data diolah 2022

Hipotesis :

- H1 : Pengaruh Ukuran Perusahaan pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
- H2 : Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

- H3 : Pengaruh *Leverage* pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
H4 : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan *Leverage* pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”

III. METODE

Metode Penelitian dari riset ini memakai metode kuantitatif yang dimana variabel yang digunakan berupa Ukuran Dewan Komisaris, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini memakai jenis data sekunder yang didapat dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id dan website resmi Bursa Efek Jakarta dan Indonesia www.idnfinancials.com dengan objek penelitian yang diteliti berupa laporan keuangan atau *Annual Report* dari perusahaan Consumer Goods Sub Sektor Farmasi di BEI 2016-2021.

Populasi dan Sampel

Terdapat sebanyak 11 perusahaan yang telah ditetapkan sebagai populasi dari penelitian ini yang kemudian dipilah kembali untuk dijadikan sampel. Pengumpulan sample memakai metode *Purposive Sampling* sejumlah 7 perusahaan telah memenuhi kriteria-kriteria yang digunakan. Adapun kriteria tersebut yakni :

- 1) Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Goods dengan Sub Sektor Farmasi di BEI 2016 - 2021.
- 2) Perusahaan dengan konsisten publikasi *Annual Report* dan Laporan Tahunan selama periode 2016 - 2021.
- 3) Perusahaan yang memiliki nilai positif pada Laba Tahun Berjalan atau tidak mengalami kerugian selama periode 2016 - 2021.

Teknik Pengolahan Data

Teknik dalam mengumpulkan data yakni dengan melakukan studi pustaka dan membaca serta mempelajari literature – literature yang sekiranya terkait dengan variabel Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Ukuran Dewan Komisaris, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan dapat mendukung penelitian ini. Data yang diperoleh data sekunder eksternal berupa laporan keuangan dan laporan tahunan komprehensif dari organisasi yang dijadikan sampel untuk penelitian tahun 2016 - 2020.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi berganda memakai SPSS Ver. 25 aplikasi dipakai untuk mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Penilaian berikut dilakukan untuk penelitian ini:

1. Statistik Deskriptif

Nilai rata-rata, varians, minimum, kurtosis, jumlah, range, maksimum, standar deviasi, dan skewness yaitu statistik deskriptif (Ghozali, 2018, p. 19).

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas menguji distribusi model regresi variabel dependen atau independen, atau keduanya.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menguji hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini menganalisis varians nilai dalam model regresi dari residual satu pengamatan ke residual pengamatan yang lain berbeda

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi periode residual t dan t-1 pada model regresi tertaut (sebelumnya).

3. Uji Hipotesis

a) Uji Hipotesis Parsial T

Ketika menggambarkan variasi variabel dependen, uji statistik-t secara efektif menentukan besarnya hubungan antara dua variabel independen.

b) Uji Hipotesis Simultan F

Uji F menentukan variabel independen yang dimasukkan pada model mempunyai efek gabungan pada variabel dependen.

c) Uji Koefisien Determinasi

Tes ini mengukur kapasitas model untuk memperhitungkan variasi variabel dependen.

d) Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ini dipakai agar memprediksi akan perubahan dari variabel dependen yang digunakan bila nilai dari variabel independen diubah dengan menaikkan atau menurunkan nilai tersebut.

IV. HASIL

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.448 ^a	.201	.138	.14029

a. Predictors: (Constant), UKURAN DEWAN KOMISARIS, DAR, SIZE

b. Dependent Variable: CSR

Sumber : data diolah (2022) SPSS Ver.25

Koefisien korelasi (R²) menunjukkan nilai 0,138 atau 13,8% bahwa faktor independen seperti Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris hanya dapat menguraikan 13,8% dari variabel CSR (Corporate Social Responsibility). Variabel yang tidak diperhitungkan menyumbang 86,2% sisanya dari variasi.

Hal tersebut terjadi dikarenakan nilai dari koefisien korelasi (R²) menunjukkan angka yang sangat kecil bahkan mendekati 0 yakni kemampuan dari ketiga variabel independen ini dalam menguraikan variabel CSR (dependen) terbatas.

2. Hasil Uji Parsial T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.084	.466		-2.325	.026
	SIZE	.054	.017	.525	3.070	.004
	DAR	-.001	.001	-.078	-.521	.605
	UKURAN DEWAN KOMISARIS	-.023	.015	-.264	-1.507	.140

a. Dependent Variable: CSR

Sumber : data diolah (2022) SPSS Ver.25

Berdasarkan hasil analisis Uji Parsial T diatas mampu disimpulkan hipotesis sebagai berikut ini :

a. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Dari hasil pengujian data yang sudah dilaksanakan diketahui variabel ini memiliki nilai sig 0.004 yang dimana nilai < 0.05. Maka diketahui variabel Ukuran Perusahaan ini mempunyai dampak signifikan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

b. Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Dari hasil pengujian data yang sudah dijalankan diketahui variabel ini memiliki nilai sig 0.140 yang nilai > 0.05. Maka diketahui variabel Ukuran Dewan Komisaris ini berdampak tidak signifikan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

c. Pengaruh Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Dari hasil pengujian data yang sudah dijalankan diketahui variabel ini nilai sig 0.605 yang dimana nilai > 0.05. Maka diketahui variabel Leverage ini berdampak tidak signifikan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility.

3. Hasil Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.188	3	.063	3.184	.035 ^b
	Residual	.748	38	.020		

Total	.936	41		
-------	------	----	--	--

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), UKURAN DEWAN KOMISARIS, DAR, SIZE

Sumber : data diolah (2022) SPSS Ver.25

Tabel hasil analisis data penelitian diatas yakni nilai F signifikan diatas mendapatkan nilai $0.035 < 0.05$, maka dari nilai tersebut diketahui variabel Ukuran Perusahaan (Size), Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris secara bersamaan berdampak pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).

V. KESIMPULAN

1. Ukuran perusahaan berdampak signifikan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji parsial atau nilai t-sig yang didapatkan variabel ini menunjukkan angka $0.004 (< 0.05)$, sehingga H1 diterima secara statistic.
2. Ukuran Dewan Komisaris ini berdampak tidak signifikan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Hal ini dilihat dengan nilai uji parsial Ukuran Dewan Komisaris yang mempunyai nilai signifikan $0.140 (> 0.05)$, maka H2 ditolak secara statistik.
3. Leverage ini berdampak tidak signifikan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Hal ini dilihat dengan nilai dari Leverage yang diprosikan dengan DAR (Debt to Total Asset) mempunyai nilai signifikan $0.605 (> 0.05)$, sehingga H3 ditolak secara statistik.
4. Berdasarkan dari hasil uji hipotesis dengan statistic (Uji F) variabel Ukuran dewan komisaris, Ukuran perusahaan, dan Leverage berdampak secara simultan (bersamaan) pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F signifikan yang didapatkan dengan nilai $0.035 (< 0.05)$, maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa variabel – variabel independen yang dipakai didalam penelitian ini berdampak simultan pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility, sehingga H4 diterima secara statistik.

Saran

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan riset terlebih dahulu sebelum memilih variabel indepen yang akan digunakan.
2. Selain variabel yang dipakai dalam analisis ini, variabel independen tambahan yang diyakini mempengaruhi pengungkapan CSR harus dimasukkan dalam penelitian masa depan.
3. Peneliti selanjutnya disarankan memanfaatkan sektor lain selain sektor Farmasi, dikarenakan jumlah perusahaan yang dapat dijadikan sampel hanya sedikit.

4. Peneliti selanjutnya disarankan menambah periode penelitian untuk memperoleh hasil yang jauh lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, L., & Toni, N. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Merdeka Kreasi Group. https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Partial_Least_Square_Studi_pada/eetXEA-AAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Anggreni, M. D., & Adiwijaya, Z. A. (2020). Pengaruh kepemilikan Institusional, Ukuran perusahaan, leverage Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Unisula*, 2(2), 1121–1152.
- Budi Untung, H. (2008). Corporate Social Responsibility. In *Corporate Social Responsibility* (pp. 1–12). Sinar Grafika.
- Fahrizqi, A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Disability and Rehabilitation*, 20(1), 87–108. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2018.05.002><http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/msc.129/abstract><http://www.hope.ac.uk/media/liverpoolhope/contentassets/documents/learningandteachingresources/media,12787,en.pdf#page=115><http://pxjournal.org/>
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate -dengan program IBM SPSS 25* (A. Tejkusumo (ed.); 9th ed.). Badan Penerbit Undip.
- Ivon, N., & Wahjuni, S. (2018). *PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN RISK MINIMIZATION TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*. 1, 42–53.
- Perusahaan, P. U. (2017). *Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel ukuran perusahaan, leverage, profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan melalui laporan keuangan tahunan yang telah disusun oleh perusahaan jasa transportasi yang terdaftar di B. 6*.
- Sarmigi, E., Abdullah, Z., & Maryanto. (2021). *Dasar-dasar Pengukuran Kinerja Manajemen* (A. Y. Wati (ed.); 1st ed.). Deepublish.
- Tempo, N. (n.d.). *Danone Aqua, Wings Surya Pencemar Terbesar Sungai di Bali*. <https://nasional.tempo.co/read/1558310/audit-lingkungan-danone-aqua-wings-surya-pencemar-terbesar-sungai-di-bali>
- Wardhani, P. K., & Si, A. A. M. (2018). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 15, 7–18.
- Yanti, N. L. E. K., Made, E. D., & Asri, P. & I. G. A. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Ekonomi Bisnis*, 3(1), 43–51.

Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk SEIV (Studi Kasus PT. SEIV Indonesia)

Sandi^{1)*}, Toni Yoyo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾sandi.gouw77@gmail.com

²⁾toni.yoyo1128@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Kualitas Produk 1
Inovasi 2
Citra Merek 3
Citra Merek 4

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui imbas kualitas produk, inovasi, citra merek terhadap keputusan pembelian produk SEIV. Jenis penelitian ini memakai analisis kualitatif pada menggambarkan data yang telah diperoleh, sebagai akibatnya data yang diperoleh akan lebih kentara & penelitian ini akan bersifat kuantitatif lantaran memakai data yang memerlukan perhitungan menggunakan memakai SPSS.

Objek penelitian yang dipakai pada penelitian ini merupakan PT. SEIV Indonesia yang berlokasi pada Jl. Merdeka No. 53 Gedung Harkot Trade Center Lantai dua No. 58, Tangerang 15112. Berdasarkan analisis & pembahasan penelitian didapatkan, Kualitas produk masih ada imbas yang signifikan terhadap keputusan pembelian SEIV dimana output t hitung (4,227) > t tabel (1,660)., Inovasi sangat berpengaruh & sangat signifikan terhadap keputusan pembelian SEIV dimana output t hitung (4,340) > t tabel (1,660), Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian SEIV dimana output t hitung (1,302) < t > t tabel (1,660) disusul menggunakan kualitas produk dimana (4,227) > t tabel (1,660).

I. PENDAHULUAN

Selain kegiatan produksi, pengeluaran dan sumber daya manusia, faktor penting yang menentukan perkembangan suatu perusahaan adalah kegiatan di bidang pemasaran. Hal ini seiring dengan meningkatnya pesaing. Dalam hal ini perusahaan membuat keputusan pembelian konsumen dengan membuat keputusan pembelian sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, sehingga niat beli muncul ketika konsumen merasakan nilai produk secara emosional. dalam meningkatkan ikat kepuasan yang diharapkan. Perilaku konsumen dapat dijadikan sebagai tolak ukur karena dapat memprediksi persaingan yang ketat untuk menjaga dan mempertahankan kepuasan konsumen. Selalu meningkatkan kualitas produk dan memperhatikan konsumen merupakan salah satu cara membuat konsumen loyal. Bisnis harus bekerja keras untuk menciptakan inovasi baru dan memasarkan layanan mereka untuk menghadapi pesaing yang muncul di antara konsumen. Kualitas merupakan hal yang harus diperhatikan konsumen untuk

mencapai loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan aset berharga bagi sebuah perusahaan. Karena loyalitas konsumenlah yang memungkinkan perusahaan bertahan dalam bisnis dan bersaing.

Perusahaan menerima permintaan dari konsumen berupa contoh warna sesuai dengan keinginan konsumen, terkadang berupa contoh warna dan produk kompetitor yang di ukur langsung. Dengan mempelajari warna dan kualitas produk yang sudah di terima, maka bagian R&D dapat mengetahui, mempelajari dari contoh tersebut sehingga dapat membuat produk yang sesuai konsumen inginkan. Jika contoh produk sudah sesuai dan di setuju oleh konsumen maka bagian produksi dapat melaksanakan pengolahan produk tersebut sesuai dengan jumlah permintaan.

Inovasi adalah metode memperkenalkan produk atau metode baru untuk mencapai kesuksesan bisnis. Inovasi adalah sebagai persepsi konsumen terhadap ide-ide inovatif merek, yang melaluinya mereka memberikan solusi baru untuk pengembangan produk untuk menciptakan produk baru.

PT. SEIV Indonesia sebagai produsen produk merek SEIV yang terus berkembang dan berinovasi dengan menciptakan produk-produk terbaru dalam tahap progres seperti produk nautikote, magnoclean, polypox, dan Road Marking. PT. SEIV Indonesia juga melakukan iklan di berbagai platform sosial media seperti youtube, instragram, facebook dan tiktok. Dalam periklannya di youtube, SEIV menggunakan video tutorial mengenai mengecat yang benar pada setiap produk-produk kepada penonton yang melihat dari cannel SEIV di youtube. Untuk Instagram SEIV menggunakan upload instastory kepada penonton yang menjadi followers instagram SEIV, tiktok menggunakan video-video pendek untuk memperkenalkan produk-produk SEIV, facebook digunakan untuk mengupload tentang kegiatan-kegiatan PT. SEIV Indonesia seperti CSR dan kegiatan road show. Pada iklan SEIV tersebut produk dihadapkan pada pengetahuan produk dan warna-warna yang indah sebagai rekomendasi kepada konsumen sebelum membeli dan menggunakan produk SEIV jika konsumen bingung dalam memilih warna. peneliti ingin mengetahui inovasi produk dan konten iklan SEIV di media sosial tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kepuasan konsumen merupakan bagaimana perasaan konsumen setelah mengomentari produk yang mereka terima dari suatu perusahaan. Kualitas produk suatu perusahaan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas dapat ditingkatkan melalui analisis yang dilakukan baik dalam wawancara maupun sains. Sebelum konsumen membeli suatu produk, mereka terlebih dahulu memilih merek dan memeriksa kualitas produk. Pemilihan produk dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan Anda dan memuaskan penggunaan produk Anda. Produk adalah komponen produk yang dianggap penting oleh konsumen dan menjadi dasar pengambilan keputusan. Merek merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian.

PT. SEIV Indonesia dihadapkan adanya keluhan dari konsumen seperti dari kualitas produk dan warna yang disesuaikan dengan katalog, dibandingkan dengan kompetitor, selain itu juga dari segi promosi yang belum maksimal. Untuk menciptakan kepuasan konsumen yang tinggi sehingga menimbulkan niat keputusan membeli sehingga diperlukan faktor-faktor yang berpengaruh seperti, faktor yang berhubungan dengan faktor lokasi, harga, kualitas produk, citra merek, inovasi, dan pelayanan terhadap konsumen. Khususnya dalam pemasaran merupakan lah yang sangat penting sehingga dari kepuasan konsumen tersebut perusahaan dapat memperoleh hubungan dalam jangka yang panjang.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk SEIV (Studi Kasus PT. SEIV Indonesia)”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut *Chiu dan Cho; 2019* menyatakan bahwa:

“Kualitas produk adalah penilaian konsumen kepada keunggulan suatu produk di pasar”.

Menurut *Riyanto; 2018* menyatakan bahwa:

“Kualitas produk didefinisikan sebagai ukuran sejauh mana tingkat layanan yang diberikan memenuhi atau memenuhi harapan pelanggan”.

Inovasi

Menurut (*R. V. Nugraha, 2019*):

“Inovasi produk adalah sebuah proses penggunaan suatu teknologi baru dalam suatu produk untuk menambah nilai”.

Menurut *Kotler dan Armstrong, 2019*:

“Inovasi produk sebagai unit cara yang saling berhubungan dalam melakukan sesuatu. Jadi inovasi produk tidak dilakukan dengan menciptakan produk baru tetapi dengan menggambarkan bagaimana mereka bekerja sama”.

Inovasi adalah alat khusus bagi wirausahawan, sebagai sarana yang mereka gunakan untuk memanfaatkan peluang perubahan untuk bisnis lain atau layanan lain. Dapat disajikan, dipelajari, dan dipraktikkan sebagai suatu disiplin. Pengusaha harus mencari tujuan spesifik untuk inovasi yang sukses. (Petra 2011)

Citra Merek

Menurut *Aaker (1996) dalam Ahmad et al. (2020)* menyatakan bahwa:

“Citra merek adalah kemampuan konsumen untuk mengingat dan mengidentifikasi atau mengenali suatu merek, terutama nama, warna, fitur, atau bahkan penempatannya di setiap toko ritel dalam situasi yang berbeda”.

Menurut *Aaker (1996) dalam Ahmad et al. (2020)* menyatakan bahwa :

“Citra merek adalah kemampuan konsumen untuk mengingat dan membedakan atau mempersepsikan suatu merek, terutama nama, siluet, penekanan atau bahkan posisinya di setiap toko dalam keadaan yang berbeda”.

Keputusan Pembelian

Menurut *Kotler & Armstrong (Kuspriyono, 2016)* menyatakan bahwa:

“Keputusan pembelian merupakan salah satu langkah pada proses dalam pengambilan sebuah keputusan pembeli konsumen akan melakukan kegiatan pembelian. Konsumen membeli produk yang sesuai dengan akan kebutuhannya, seperti dimana, berapa”.

Menurut *Assauri dalam (Al rasyid & Tri Indah, 2015)* menyatakan:

“Keputusan pembelian ialah cara pengambilan sebuah keputusan konsumen dalam membeli yang meliputi keputusan tentang kebutuhan yang akan dibeli, pembelian, dan keputusan sebagai akibat aktivitas sebelumnya”.

“Kualitas produk adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan barang, orang atau tenaga kerja, proses dan kegiatan, serta lingkungan, menurut Sonny Santosa (2010:14). Kondisi ini harus memenuhi atau melampaui harapan konsumen”

III. METODE

Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data penelitian diperoleh langsung dari sumber aslinya (tanpa perantara). Data primer dikumpulkan secara spesifik sang peneliti buat menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subjektif individu atau kelompok subjek, pengamatan objek, kejadian atau kegiatan, dan hasil tes.

Dapat menjawab pertanyaan yang dijelaskan tentang bagaimana perusahaan menggunakan kualitas produk, inovasi, dan citra merek untuk membuat keputusan pembelian.

Sumber Data

Sumber data merupakan laporan yang mengambil data jika Anda butuhkan. Pengetahuan sumber data penting untuk menghindari kesalahan untuk memilih sumber data yang sesuai tujuan penelitian yang diinginkan. dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

a) Sumber Data Primer

Menurut (*Sugiyono 2017, 10*) mengenai pengertian data primer yang telah diuraikan sebelumnya bahwa:

Data primer adalah data utama dikumpulkan secara spesifik sang peneliti buat menjawab pertanyaan penelitian dan angket.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung (dikumpulkan dan dicatat oleh pihak lain) dengan menggunakan fasilitas perantara. Data sekunder yang digunakan penulis dalam penelitiannya adalah hasil penelitian sebelumnya, jurnal elektronik dan sumber lainnya relevan dengan variabel yang dipelajari oleh penulis.

Populasi

Menurut (*Sugiyono 2012, 80*):

“Populasi adalah bidang umum yang berisi objek dengan ukuran dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk mempelajari dan menarik kesimpulan”.

Dalam sebuah penelitian, sering peneliti tidak dapat mengamati semua toko yang pernah membeli produk SEIV dalam suatu populasi. Hal ini dapat disebabkan karena jumlah toko yang cukup banyak, cakupan wilayah penelitian ekstensif, atau biaya penelitian terbatas. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dalam berbentuk toko karena itu, untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan teknik sampel.

Sample

Menurut (*Sugiyono 2012, 81*):

“Sampel adalah jumlah dan ciri-ciri suatu populasi atau bagian dari populasi dari sejumlah kecil anggota populasi yang diperoleh dengan prosedur tertentu sehingga populasi tersebut dapat diwakili”.

Jumlah populasi sangat besar, maka peneliti akan sulit dalam meneliti secara keseluruhan yang ada dalam populasi dikarenakan keterbatasan dalam dana, tenaga dan waktu. Maka oleh sebab itu

peneliti memakai sampel yang diambil dari populasi toko yang pernah membeli produk SEIV. Sampel yang akan diambil dari populasi toko yang membeli produk SEIV agar dapat mewakili. Dalam menentukan sampel, dalam proses menghitung ukuran sampel dengan jumlah populasi yang dipakai 100 responden berupa toko tak terbatas secara *random sampling* dengan keseluruhan responden yang ada di kota Jakarta dan Tangerang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebagai cara peneliti untuk dalam menentukan mengumpulkan data dan informasi ada di lapangan untuk keperluan penelitian. Dalam pengumpulan data merupakan hal sangat berguna untuk menentukan penelitian agar dilakukan lebih terkendali. Maka dalam penelitian terdapat 2 (dua) teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

1. Teknik Pengumpulan Data Primer

a. Wawancara Menurut (Sugiyono 2017, 220) menyatakan bahwa:

“Wawancara merupakan cara pengumpulan data yang dengan mengajukan pertanyaan dan mendengar jawaban langsung dari sumber informasi atau sumber data utama”.

b. Kuesioner Menurut (Sugiyono 2017, 225) menyatakan bahwa:

“Teknik pengumpulan data dengan meminta responden menjawab serangkaian pertanyaan tertulis”.

Teknik ini merupakan digunakan untuk jawaban mengenai data yang diminta. Gunakan skala ordinal.

c. Observasi merupakan teknik seperti wawancara dan kuesioner. Wawancara dan survei tidak hanya berkomunikasi dengan orang-orang, tetapi juga dengan kelompok sasaran lainnya.

Dengan menggunakan 3 (tiga) teknik dalam pengumpulan data, maka penelitian ini memakai teknik pengumpulan data informasi lapangan, yg menggunakan membuat informasi lapangan pada responden.

IV. HASIL

Data Responden

Dalam data riset ini, gender atau jenis kelamin peserta penelitian terbagi atas laki-laki sejumlah (76%) dan perempuan sejumlah (24%) yang disebarkan kepada para responden yang membeli produk dari PT. SEIV Indonesia.

1. Uji Validitas Dan Realibitas

a. Uji Validitas

1) Kualitas Produk

Item-Total Statistics		
	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan (Valid > 0.1975)
X1P1	.539**	Valid

X1P2	.611**	Valid
X1P3	.640**	Valid
X1P4	.545**	Valid
X1P5	.516**	Valid
X1P6	.511**	Valid
X1P7	.548**	Valid
X1P8	.502**	Valid
X1P9	.572**	Valid
X1P10	.672**	Valid

- a) Dari $100 - 3 = 97$ yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh r-tabel dari r-tabel dengan nilai signifikansi 5%, dihasilkan oleh r-tabel sebesar 0,1975.

2) Inovasi

Item-Total Statistics		
	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan (Valid > 0.1975)
X2P1	.543**	Valid
X2P2	.621**	Valid
X2P3	.579**	Valid
X2P4	.594**	Valid
X2P5	.501**	Valid
X2P6	.233*	Valid
X2P7	.509**	Valid
X2P8	.531**	Valid

X2P9	.592**	Valid
X2P10	.651**	Valid

b) Dari $100 - 3 = 97$ yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh r-tabel dari r-tabel dengan nilai signifikansi 5%, dihasilkan oleh r-tabel sebesar 0,1975.

3) Citra Merek

Item-Total Statistics		
	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan (Valid > 0.1975)
X3P1	.698**	Valid
X3P2	.550**	Valid
X3P3	.735**	Valid
X3P4	.549**	Valid
X3P5	.448**	Valid
X3P6	.529**	Valid
X3P7	.454**	Valid
X3P8	.540**	Valid
X3P9	.598**	Valid
X3P10	.553**	Valid

c) Dari $100 - 3 = 97$ yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh r-tabel dari r-tabel dengan nilai signifikansi 5%, dihasilkan oleh r-tabel sebesar 0,1975.

4) Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics

	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan (Valid > 0.1975)
Y1P1	,489**	Valid
Y1P2	,493**	Valid
Y1P3	,563**	Valid
Y1P4	,648**	Valid
Y1P5	,559**	Valid
Y1P6	,404**	Valid
Y1P7	,546**	Valid
Y1P8	,473**	Valid
Y1P9	,483**	Valid
Y1P10	,591**	Valid

d) Dari $100 - 3 = 97$ yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh r-tabel dari r-tabel dengan nilai signifikansi 5%, dihasilkan oleh r-tabel sebesar 0,1975.

b. Uji Realibitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Ketrangan (Reliabel > 0.60)
X1 Kualitas Produk	0,757	Reliabel
X2 Inovasi	0,726	Reliabel
X3 Citra Merek	0,766	Reliabel
Y Keputusan Pembelian	0,706	Reliabel

Nilai *Cronbach's alpha* dengan jumlah variabel bebas dapat digambarkan sebagai tiga faktor, dengan nilai > 0,60. Karena nilai *cronbach's alpha* > 0,60, koefisien ini terletak pada rentang 0,60 hingga 0,80 dan dinyatakan reliabel dengan reliabilitas sangat reliabel.

1. Diketahui dari variabel bebas pada kolom *Corrected Item – Total Correlation* menunjukkan bahwa nilai validitas pada indikator X terhadap nilai X lebih besar dibandingkan nilai $r_{tabel} = 0,1975$.
2. Keluaran dari uji validitas ini adalah data valid jika nilai korelasi Pearson lebih besar dari rtabel. Dari $100 - 3 = 97$ yang diperoleh kali ini, rtabel dapat diperoleh dari r tabel dengan nilai signifikansi 5%, sehingga rtabel adalah 0,1975.

Ini menunjukkan bahwa variable penelitian memiliki nilai valid.

1. Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.384	2.176		2.933	.004
TOTALX1	.330	.078	.374	4.227	.000
TOTALX2	.390	.090	.417	4.340	.000
TOTALX3	.109	.084	.121	1.302	.196

a. Dependent Variable: TOTALLY

1. Kualitas produk (X1) berpengaruh sangat signifikan terhadap variable keputusan pembelian SEIV jika diperoleh hasil t hitung (4,227) > t tabel (1,660).
 2. Inovasi (X2) sangat berpengaruh dan sangat penting terhadap variable keputusan pembelian SEIV dengan hasil t hitung (4,340) > t tabel (1,660).
 3. Jika t hitung (1,302) < citra merek (X3) tidak mempengaruhi keputusan pembelian SEIV. t-tabel (1,660).
 4. Kualitas produk, inovasi dan citra merek semuanya mempengaruhi keputusan pembelian SEIV. Pengaruh utama adalah inovasi, diikuti oleh t-hitung (4,340) > t-tabel (1,660) dan kualitas produk (4,227) > t-tabel (1,660).
- Gunakan uji t atau uji koefisien regresi parsial dalam mengetahui variabel independen memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini memakai taraf signifikansi 0,05 dan uji dua sisi (Sig 2 – Tailed).

b. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	582.896	3	194.299	75.375	.000 ^a
	Residual	247.464	96	2.578		
	Total	830.360	99			

a. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2

b. Dependent Variable: TOTALLY

Dari nilai F hitung > dari F tabel atau $75,375 > 2,70$ mendapatkan kesimpulan variabel X mempengaruhi keputusan pembelian terhadap variabel Y secara bersamaan (simultan).

Berdasarkan nilai signifikansinya, jika nilai signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan jika nilai signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara simultan.

V. KESIMPULAN

Dalam menjawab masalah akan menjadi pokok bahasan penelitian ini, maka atas dasar analisis dan pembahasan penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kualitas produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian SEIV dimana hasil t hitung (4,227) > t tabel (1,660).
2. Inovasi sangat berpengaruh dan sangat signifikan terhadap keputusan pembelian SEIV dimana hasil t hitung (4,340) > t tabel (1,660).
3. Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian SEIV dimana hasil t hitung (1,302) < t tabel (1,660).
4. Kualitas produk, Inovasi dan Citra Merek secara bersamaan terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian SEIV dimana yang paling berpengaruh dominan adalah Inovasi dimana t hitung (4,340) > t tabel (1,660) disusul dengan kualitas produk dimana (4,227) > t tabel (1,660).

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Vladimir, Vega Falcon. 1967. “濟無No Title No Title No Title.” *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*. 1(69): 5–24.
- Fasilitas, Pengaruh, Pelayanan Dan, Citra Merek, and D I Tangerang. 2013. “Media Studi Ekonomi Volume 16 No . 2 Juli - Desember 2013.” 16(2): 1–104.
- Ghozali. 2018. “Pengaruh Harga , Variasi , & Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang)” *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* 1(2): 1–13.
- Haerun Nisa. 2020. Skripsi *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Anugrah Jaya Trimar*.
- li, B A B, and A Landasan Teoritis. 2020. “Bab 2 Pengertian Pemasaran.” *Administrasi Publik*: 19. <http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5. BAB II.pdf>.
- Nabila, Nella. 2019. “Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Semen Gesik Di Kecamatan Kebomas.” : 10–39.
- Pada, Dampaknya, Kepuasan Konsumen, and Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. 2017. “Jurnal Manajemen.” 7(1): 16–26.
- Petra, Universitas Kristen. 2011. “5 Universitas Kristen Petra.” (1985): 5–30.
- Siauta, Maurice Alexander. 2017. “Pengaruh Citra Merek, Inovasi, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Smartphone Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).”
- Sutha. 2018. “Bab II Landasan Teori.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.

(Haerun Nisa 2020)(Nabila 2019)(Ii and Teoritis 2020)(Siauta 2017)(Pada, Konsumen, and Tamansiswa 2017)(Dr. Vladimir 1967)(Sutha 2018)(Ghozali 2018)

Santosa, Sonny., 2010., Penerapan Customer Relationship Marketing serta Kualitas Produk untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, Jurnal Manajerial Vol. 2.

Santosa, Sonny., 2019., Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT. PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION., Vol. 2 No. 3.

Pengaruh Tingkat Pendidikan, Keterampilan, dan Pengalaman Terhadap Produktivitas Karyawan (Studi Kasus Pada PT. Mitra Elektro Perkasa)

Cindy Anisya^{1)*}, Pujiarti²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾bong.cindyanisya@gmail.com

²⁾pujiarti.pujiarti@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Tingkat Pendidikan
Keterampilan
Pengalaman
Produktivitas Karyawan

Abstrak

Riset saya bertujuan untuk mengetahui apakah tingkat pendidikan, keterampilan, dan pengalaman berdampak pada produktivitas karyawan. Populasi yang digunakan dalam riset ini adalah karyawan iPT. Mitra Elektro Perkasa memiliki total 175 orang.

Riset sampel ini menggunakan hingga 175 responden, dan data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Dalam pengujian hipotesis, riset ini menggunakan analisis model statistik yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji f, uji t dan koefisien determinasi (R²).

Hasil berikut diambil dari analisis penulis. Secara parsial, variabel tingkat pendidikan (nilai t 3.999), keterampilan (nilai t 4.100), dan pengalaman (nilai t 5,914) berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas karyawan > t-tabel (yaitu, 1,65). Sementara itu juga terdapat pengaruh variabel-variabel seperti tingkat pendidikan, keterampilan dan pengalaman terhadap produktivitas karyawan, dan nilai F hitung sebesar 104,739 > nilai F tabel 2,66.

Riset ini menyimpulkan bahwa variabel pendidikan, keterampilan, dan pengalaman berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap produktivitas karyawan PT. Mitra Elektronik Perkasa.

I. PENDAHULUAN

Dalam hal penerimaan karyawan, organisasi atau perusahaan memiliki standarisasi masing-masing dari segi tingkat pendidikannya, keterampilannya, dan pengalaman kerjanya. Jika suatu organisasi atau perusahaan menempatkan karyawan sesuai dengan standarisasi maka akan memperoleh produktivitas kerja yang optimal.

Lewat pembelajaran bisa dilaksanakan pergantian sosial budaya, ialah pengembangan ilmu wawasan, adaptasi tindakan yang menyokong pembangunan, serta penguasaan bermacam keahlian dalam pemanfaatan bermacam teknologi maju untuk memesatkan cara pembangunan. Jika tidak memiliki hal tersebut mungkin akan terjadi kesulitan dalam mencari pekerjaan karena kurang siap dalam bekerja. Tingkat pendidikan saat ini sangat penting, karena jika kita

tertinggal dengan yang lain itu menjadi hambatan dan membuat semakin banyaknya pengangguran. Dalam segi keterampilan, jika saat pelamar tidak memiliki keterampilan apapun, itu menjadi penghambat yang cukup besar. Jika tidak memiliki ilmu-ilmu dasar dari posisi yang dilamar maka itu akan menghambat kemajuan organisasi atau perusahaan tersebut. Bagi karyawan yang lain akan terhambat dari segi waktu, karena akan ada pengajaran ulang untuk ilmu-ilmu dasar, contoh dalam keterampilan standar menggunakan komputer, dapat mengoperasikan Microsoft Word, power point (ppt), dan Excel. Seseorang yang menaikkan keahlian serta keterampilan hendak amat dinilai serta jadi salah satu ketentuan untuk banyak industri.

Berbagi pengetahuan dengan karyawan lain membantu perusahaan tumbuh. Pengalaman jangka panjang menghasilkan banyak keterampilan, yang pada gilirannya mengarah pada lebih banyak kemajuan bagi perusahaan.

Dengan bertemu banyak orang melalui pekerjaan, Anda mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan peluang kerja melalui hubungan Anda. Lebih banyak pengalaman kerja berarti lebih banyak kesempatan untuk bertemu orang-orang di bidang yang sama. Hal ini juga dapat meningkatkan produktivitas, moral dan bahkan mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu tugas. Ini bahkan dapat membantu perusahaan dan organisasi mencapai tujuan mereka dengan cepat.

Tanggapan karyawan terhadap kuesioner menjadi dasar metode penelitian ini. Ini adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pendidikan

Menurut (Sutrisno 2016, 29) berpendapat bahwa :

“Pembelajaran ialah kegiatan yang berkaitan, serta mencakup bermacam faktor yang berkaitan akrab antara faktor satu dengan faktor yang lain”.

Menurut (Kurniawan 2017, 26) menyatakan bahwa :

“Pembelajaran merupakan alihkan nilai-nilai, wawasan, pengalaman serta ketrampilan pada angkatan belia selaku upaya angkatan berumur dalam mempersiapkan guna hidup angkatan berikutnya, baik badan ataupun rohani”.

Keterampilan Kerja

Menurut Syahdan (Rank dan Frese 2017, 3) menyatakan bahwa :

“Keahlian kegiatan pegawai dalam melakukan kewajiban pada suatu kelompok amatlah berarti peranannya”.

Menurut Wiranti (Moehariono 2016, 98) menyatakan bahwa :

“Keahlian kegiatan didefinisikan selaku daya melakukan profesi bersumber pada juklak/ juknis ataupun instruksi dari pimpinan”.

Pengalaman Kerja

Menurut (Kasmir 2016, 171) menyatakan bahwa :

“Melaporkan kalau pengalaman kegiatan mempunyai maksud dimana pengalaman kegiatan di aspek khusus hendak menjadi estimasi untuk suatu kedudukan khusus, sebab dengan mempunyai pengalaman kegiatan bisa ialah nilai imbuah daya serta pengetahuannya”.

Menurut (Malayu S.P Hasibuan 2016, 55) menyatakan bahwa :

“Orang yang profesional ialah calon karyawan yang sudah sedia gunakan. Pengalaman kegiatan seseorang pelamar seharusnya menemukan estimasi penting dalam proses pemilahan”.

Produktivitas Kerja

Menurut Tohardi (Sutrisno 2017, 100) menyatakan bahwa :

“Daya penciptaan aktivitas yakni aksi intelektual. Aksi intelektual yang tetap mencari emendasi terhadap apa yang telah ada. Suatu agama jika seorang dapat melakukan pekerjaan lebih baik hari ini dari hari kemarin dan hari esok lebih baik dari hari ini”.

Menurut Hasibuan (Busro 2018, 340) menyatakan bahwa :

“Daya produksi merupakan analogi antara output(hasil) dengan input(masukan). Bila daya produksi naik hendak menaikkan kemampuan durasi materi, daya, serta sistem kegiatan, metode penciptaan serta adanya kenaikan keahlian dari daya kerjanya”.

III. METODE

Model Riset ini pengarang memakai jenis riset deskriptif untuk menganalisa variabel-variabel yang hendak pengarang maanfaatkan.

Menurut (Sugiyono 2017, 56)

“Penafsiran deskriptif merupakan riset yang dicoba untuk mengenali nilai elastis mandiri, baik satu elastis ataupun lebih (elastis yang berdiri sendiri)”.

Elastis itu bisa mendeskripsikan secara sistematis serta cermat hal populasi ataupun hal aspek khusus. Tata cara ini periset hendak lebih gampang dalam menguasai dan mencari sebuah dari permasalahan..

Jadi dari penjelasan diatas bisa disimpulkan kalau tata cara riset deskriptif merupakan suatu riset yang memakai satu elastis tanpa memakai elastis lain selaku subjek pembeda. Metode yang digunakan sebagai berikut :

1. Populasi

Bagi (Sugiyono 2017, 119) berpendapat bahwa :

“Populasi merupakan area abstraksi yang terdiri atas subjek atau poin yang memiliki mutu serta karakter khusus yang diresmikan oleh periset untuk dipelajari serta keringanan ditarik akhirnya.”

Populasi dalam riset ini yaitu 175 karyawan PT Mitra Elektro Perkasa.

Sampel

Bagi (Sugiyono 2017, 120) berpendapat bahwa :

“Ilustrasi merupakan bagian dari jumlah serta karakter yang dipunyai oleh populasi itu.”

Jumlah ilustrasi yang hendak didapat dari PT Mitra Elektro Perkasa ialah sebesar 175 orang karyawan.

2. Kuesioner

Bagi (Sugiyono 2017, 142) berpendapat bahwa :

“Angket ataupun angket ialah metode pengumpulan data yang dicoba dengan metode memberi selengkap persoalan ataupun statment tercatat pada responden untuk dijawab”.

3. Pengukuran

Responden dikelompokkan bersumber pada jenis kelamin, umur, pendidikan, serta tahun bertugas di PT Mitra Elektro Perkasa. Serta memakai program SPSS tipe 25. Dengan bermacam pengetesan alhasil hendak memperoleh hasil serta kesimpulan untuk bisa penuhi tujuan permasalahan.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.648	.641	2.311

a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Tingkat Pendidikan, Keterampilan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.406	2.974

a. Predictors: (Constant), Tingkat Pendidikan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.515	2.688

a. Predictors: (Constant), Keterampilan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.533	2.636

a. Predictors: (Constant), Pengalaman

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.785	1.974		.904	.367
	Tingkat Pendidikan	.253	.063	.239	3.999	.000
	Keterampilan	.310	.076	.289	4.100	.000
	Pengalaman	.466	.079	.392	5.914	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas Karyawan

• Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1677.620	3	559.207	104.739	.000 ^b
	Residual	912.974	171	5.339		
	Total	2590.594	174			

a. Dependent Variable: Produktivitas Karyawan

b. Predictors: (Constant), Pengalaman, Tingkat Pendidikan, Keterampilan

V. KESIMPULAN

Setelah membahas pengaruh tingkat pendidikan, keterampilan, dan pengalaman terhadap produktivitas karyawan, PT. Mitra Elektro Perkasa menyimpulkan sebagai berikut melalui penelitian:

Hasil perhitungan untuk variabel tingkat pendidikan pada PT. Mitra Elektro Perkasa mengungkapkan nilai thitung sebesar 3,999 dan nilai ttabel sebesar 1,65. Karena 3,999 lebih besar dari 1,65, hipotesis nol H_0 ditolak dan hipotesis alternatif H_a diterima.

PT. Mitra Elektro Perkasa melihat adanya pengaruh yang signifikan dari variabel keterampilan terhadap produktivitas kerja karyawan. Melalui hasil perhitungan dari variabel thitung dan ttabel diketahui nilai thitung sebesar 4100 dan nilai ttabel sebesar 1,65. Karena nilai thitung lebih tinggi dari nilai ttabel, maka hipotesis nol H_0 ditolak dan hipotesis alternatif H_a diterima.

Menurut perhitungan yang dilakukan di PT. Mitra Elektro Perkasa, variabel pengalaman berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan. Dari perhitungan mereka diperoleh nilai thitung sebesar 5,914 dan nilai ttabel sebesar 1,65. Karena thitung lebih besar dari ttabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengaruh pendidikan, pengalaman, dan keterampilan terhadap produktivitas pegawai adalah signifikan. Hal ini terbukti ketika mempertimbangkan hasil model 1, yang dihitung nilai f 104,739. Nilai f-tabel untuk nilai ini adalah 2,66, tetapi hasilnya lebih tinggi dari nilai tabel—menunjukkan bahwa H_0 salah dan H_a benar. Artinya ada hubungan linier antara produktivitas pegawai dengan pendidikan, keterampilan dan pengalaman; Selain itu, ini membuat model regresi layak dan sesuai.

5. Besarnya pengaruh variabel tingkat pendidikan terhadap produktivitas karyawan dari uji frekuensi dapat disimpulkan sebesar 85,62% responden menyatakan setuju, variabel keterampilan terhadap produktivitas karyawan dari uji frekuensi dapat disimpulkan sebesar 85,86% responden menyatakan setuju, sedangkan variabel pengalaman terhadap produktivitas karyawan dari uji frekuensi dapat disimpulkan sebesar 77,26% responden menyatakan setuju.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

a. Bersumber pada hasil riset diatas membuktikan kalau tingkatan pendidikan (X1) mempunyai akibat positif serta penting terhadap daya produksi pegawai (Y) pada PT. Mitra Elektro Perkasa serta mempunyai hubungan kokoh yang mempunyai arah positif.

b. Elastis keahlian mempunyai akibat positif serta penting terhadap daya produksi pegawai sehingga ini dijadikan materi estimasi untuk industri untuk lebih menaikkan standart keahlian yang ada diperusahaan untuk pada calon- calon pegawai yang esok hendak di manfaatkan berikutnya.

c. Elastis pengalaman mempunyai akibat positif serta penting terhadap daya produksi pegawai. Sehingga dari industri bisa menaikkan lagi standart pengalaman yang ada diperusahaan untuk calon-calon pegawai yang esok hendak di manfaatkan berikutnya.

2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil riset menunjukkan bahwa ada pengaruh langsung tingkat pendidikan, keterampilan, dan pengalaman terhadap produktivitas karyawan. Sehingga hal ini mengandung implikasi bahwa strategi manajemen berkaitan dengan tingkat pendidikan, keterampilan dan pengalaman memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan agar dapat memiliki karyawan-karyawan yang sangat berpotensi dan dapat memberikan pengaruh terhadap perusahaan.

3. Implikasi Metodologi

Riset dengan menggunakan indikator-indikator lain sebagai alat ukur dari variabel yang diteliti dan menggunakan beberapa metode sample yang berbeda dengan cara wawancara atau survey kepada karyawan lain dengan tujuan memperoleh data yang lebih jelas dan detail agar mendapatkan hasil yang akurat untuk riset.

C. Saran

Berdasarkan hasil riset yang telah dibahas didalam bab-bab sebelumnya, dibawah ini penulis memberikan beberapa saran, berikut saran yang dapat dikemukakan :

1. Manajemen sumber daya manusia melibatkan pengetahuan tentang banyak variabel yang dapat mempengaruhi produktivitas karyawan, sehingga manajer dapat memiliki pemahaman yang kuat tentang lapangan.
2. PT. Mitra Elektro Perkasa mengharuskan semua karyawan dinilai untuk melihat apakah mereka cocok untuk pekerjaan itu, baik di atas atau di bawah tingkat pendidikan.
3. Penilaian ini dapat menunjukkan apakah seorang karyawan akan produktif dalam pekerjaannya, dan dapat melihat apakah mereka akan tetap loyal kepada perusahaan.
4. Pengembangan dan perbandingan sumber daya manusia dapat dieksplorasi lebih lanjut dengan menggunakan riset ini, bersama dengan indikator riset lainnya. Variabel tambahan yang mempengaruhi produktivitas karyawan perlu ditambahkan pada riset selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abjan, G., Maslichah, & Junaidi. (2021). Pengaruh Kompetensi, Pengalaman Kerja, Dan Gender Terhadap Kinerja Auditor (Studi Empiris Pada KAP Di Kota Malang). *E-Jra*, 10(01).
- Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). *Analytical Biochemistry*, 11(1).
- Busro, M. (2020). Teori-Teori Sumber Daya Manajemen Manusia. In *Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara*.
- Dr. Kasmir M.M., M. . (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik). In *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*.
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Firmansyah, M. A. (2020). *PENGANTAR E-MARKETING*. Penerbit Qiara Media.
- Khasanah, N. N. (2018). Tokoh Perempuan Dan Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Dalam Naskah Lakon Susi Duyung Ludruk Budhi Wijaya (Kajian Feminisme). *MATAPENA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 1(2).
- Kristianti, L. S., & Sunarsi, D. (2020). PENGARUH MOTIVASI DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA PT. MOBILINDO PERKASA DI TANGERANG. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2). <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1088>
- Malayu SP, H. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Bumi Aksara*.
- Mardiati, D., & Jannah, M. (2020). Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan, Kompetensi, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Pasuruan. *Journal Management and Business Applied*, 1(1).
- Ocktafian, Q. (2021). Pengaruh Resiliensi Karyawan terhadap Kinerja Karyawan melalui Kepuasan Hidup. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2). <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p830-843>
- Pandi, A. (2016). Concept & Indicator Human Resources Management for Management Research - Pandi Afandi - Google Buku. In *Cv Budi Utama*.
- Salju, S., & Lukman, M. (2019). PENGARUH MOTIVASI DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PT. COMINDO MITRA SULAWESI CABANG PALOPO. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(2). <https://doi.org/10.35906/jm001.v4i2.280>
- Sinaga, S. (2020). PENGARUH MOTIVASI DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. TRIKARYA CEMERLANG MEDAN. *Jurnal Ilmiah METADATA*, 2(2). <https://doi.org/10.47652/metadata.v2i2.28>
- Suwanto, S., Kosasih, K., Nurjaya, N., Sunarsi, D., & Erlangga, H. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada Happy Restaurant Di Bandung. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(4). <https://doi.org/10.32493/jee.v3i4.11292>
- Syahdan, F. (2017). Hubungan Antara Keterampilan Kerja Dengan Produktivitas Kerja. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(1). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v5i1.4334>
- Wariati, N., Dahniar, & Sugiati, T. (2015). Pengaruh Disiplin Kerja dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Kabupaten Barito Timur. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(3).

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Reputasi KAP, Audit Fee, dan Komite Audit terhadap Kualitas Audit pada Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020

Dessy^{1)*}, Sabam Simbolon²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾dessy.dess30@gmail.com

²⁾bolonzaba@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Ukuran Perusahaan
Reputasi KAP
Audit Fee
Komite Audit
Kualitas Audit

Abstrak

Perusahaan besar khususnya perusahaan *go public* menginginkan hasil audit yang baik dan berkualitas. Tujuan memperoleh hasil audit yang baik adalah agar pihak berkepentingan dapat meyakini hasil dari laporan keuangan yang dipublikasi perusahaan sebagai acuan pengambilan keputusan yang dapat memberikan keuntungan bagi investor ataupun calon investor dikemudian hari dan sebagai penentuan atau referensi rencana masa depan untuk perusahaan lebih baik diperiode selanjutnya. Maka dari itu, perusahaan pastinya lebih memutuskan untuk memakai jasa kantor akuntan publik (KAP) yang telah reputasi baik di masyarakat, membayar audit *fee* dan melakukan rapat komite audit yang sesuai dengan ketentuan berlaku agar kualitas audit yang dihasilkan sesuai dengan harapan.

Pada riset ini menggunakan penelitian kuantitatif beserta objek risetnya yaitu perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 dengan data sekunder yaitu laporan keuangan yang dipublikasi, dan jumlah sampel sebanyak 135 data, memakai metode *purposive sampling*. Kajian data pada riset ini dengan program SPSS versi 24 dan teknik analisis linear berganda. Hasil dari riset ini adalah ukuran perusahaan, dan audit *fee* secara parsial tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kualitas audit, reputasi KAP dan komite audit secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit, dan secara simultan ukuran perusahaan, reputasi KAP, audit *fee*, dan komite audit memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas audit.

I. PENDAHULUAN

Kualitas audit diukur dari kompetensi atau kemahiran profesionalitas seorang auditor saat penerapan dan pengerjaan laporan audit, tekanan waktu dari pihak klien kepada auditor,

pengalaman kerja seorang auditor dalam melakukan mengaudit dan menyusun laporan, etika yang dimiliki oleh seorang auditor, sikap independensi, sikap yang bebas dan tidak dikendalikan dari berbagai pihak, saat melakukan pengauditan dan menyusun laporan. Selain hal itu, terdapat hal-hal yang bisa mempengaruhi kualitas audit yaitu ukuran perusahaan, reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP), audit *fee*, dan komite audit. Selain itu, baru-baru ini terdapat salah satu kasus berhubungan dengan kualitas audit yaitu kasus SNP *Finance*. SNP *Finance* adalah salah satu perusahaan pembiayaan lembaga keuangan di bidang peminjaman yang berafiliasi dengan perusahaan Columbia, SNP *Finance* menggunakan jasa KAP Deloitte Indonesia untuk mengaudit laporan keuangannya. Hasil audit tersebut digunakan untuk mendapatkan pinjaman dari sejumlah bank dan ternyata terdapat tindak manipulasi yang dilakukan oleh pihak manajemen SNP *Finance* yang tidak terdeteksi oleh KAP Satrio Bing, Eny dan Rekan salah satu partner Deloitte Indonesia, bagian dari KAP *Big Four*.

Dalam kejadian ini dapat dilihat bahwa Deloitte Indonesia lengah dan minim menjalankan sikap kehati-hatian pada saat mengaudit SNP *Finance*. Saat SNP *Finance* mengalami kondisi gagal melakukan pembayaran utang dalam jangka waktu yang ditentukan (*non performing loan*) seharusnya KAP mencurigai dan memeriksa laporan keuangan lebih mendetail. Dalam kejadian tersebut telah bersinggungan dengan kualitas audit di mana KAP Deloitte merupakan KAP *Big Four*, SNP *Finance* merupakan *non go public*, dan terdapat beberapa kasus yang bersinggungan dengan audit *fee* dan komite audit. Alasan riset ini dilaksanakan dikarenakan permasalahan kualitas audit dalam perusahaan sektor keuangan masih jarang dibahas, selain itu perusahaan sektor keuangan memiliki pencatatan keuangan yang kompleks salah satunya dari unsur keluar masuknya kas, seperti perusahaan perbankan yang memiliki banyak transaksi tarik tunai, setor tunai, bahkan kredit yang tidak jarang terjadi masalah, salah satunya kredit macet atau nasabah tidak bisa melunasi pinjamannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Jasa seorang auditor independen sering dihubungkan dengan dasar teori keagenan (*agency theory*). Menurut (Tandiontong, 2015), teori keagenan adalah suatu korelasi antar pimpinan dan manajemen. Menurut (Jensen dan Meckling, 1976), suatu perusahaan antara manajemen, operasional, sampai dengan pimpinan dalam mengelola perusahaan harus dibagi secara terpisah. Tujuan dari teori keagenan adalah mendorong pemodal perusahaan untuk memberikan manajemen perusahaan kepada ahli manajemen yang memahami sistem operasional perusahaan dengan baik. Para manajemen profesional bertugas untuk mengatur operasional perusahaan agar para investor pada perusahaan memiliki keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan. Untuk mengurangi terjadinya kondisi informasi asimetris, yaitu kondisi terdapat salah satu bagian atau pihak yang memperoleh hasil laporan yang menguntungkan daripada pihak yang lain, hal ini menimbulkan adanya kebutuhan perusahaan atau organisasi dalam profesi auditor.

Kualitas Audit

Menurut (DeAngelo, 1981) mengatakan bahwa:

“Kualitas audit adalah suatu peluang dari nilai pasar yang di mana jika laporan keuangan terdapat salah saji atau kesalahan maka auditor akan menemukan dan melaporkannya.”

Menurut (Yolanda et al., 2019) mengatakan bahwa:

“Kualitas audit adalah salah satu sikap auditor dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya sebagai auditor dan hasil dari laporan audit melalui laporan keuangan mampu meyakinkan semua pihak sesuai dengan peraturan, standar, dan kode etik yang berlaku.”

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran yang menilai besar kecilnya perusahaan. Besar kecil suatu perusahaan ditinjau dari jumlah aktiva perusahaan atau jumlah pendapatan/penjualan perusahaan. Ukuran perusahaan biasanya juga digunakan sebagai perwakilan karakteristik pada kondisi keuangan perusahaan. Konon perusahaan yang besar condong mudah untuk memperoleh modal, berbeda dengan perusahaan kecil. Faktor lainnya dikarenakan perusahaan besar cenderung lebih dikenal dan dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaannya. Menurut (Berikang *et al.*, 2018), perusahaan besar lebih diperhatikan oleh media, hal ini membuat kurangnya informasi dan pengawasan yang baik terhadap perusahaan kecil.

Reputasi KAP

Reputasi KAP (Kantor Akuntan Publik) merupakan suatu penilaian dari masyarakat terhadap baik atau buruknya suatu KAP dan KAP adalah badan usaha yang memiliki banyak akuntan publik dan para akuntan bertugas memberikan jasanya kepada perusahaan atau klien yang membutuhkan peninjauan laporan keuangan lebih lanjut. KAP terdiri dari dua jenis, antara lain KAP *Big Four* dan *Non Big Four*. KAP *Big Four* merupakan KAP berukuran besar, terdiri dari empat perusahaan akuntansi-audit yang bersertifikat *Certified Public Accountant* (CPA) terbesar di dunia, antara lain: Pricewaterhousecoopers (PwC), Deloitte Touche Tohmatsu (Deloitte), Ernst dan Young (E dan Y), dan Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG). Menurut (Alexander, 2020), suatu Reputasi KAP yang baik dapat dilihat dari sikap independensi dan profesional tenaga auditor.

Audit Fee

Audit *Fee* yakni biaya yang dibayarkan perusahaan kepada KAP atau auditor dalam bentuk uang maupun barang atas jasa. Pada praktik nyatanya audit *fee* menjadi sesuatu tantangan bagi seorang auditor untuk menunjukkan seberapa independen auditor menjalankan tugas pemeriksaannya. Auditor yang berkualitas baik akan menghasilkan informasi yang sesuai dengan kondisi perusahaan tanpa menutupi, tidak bergantung dari besar kecil *fee*. Besaran *fee* audit dilihat dari spesialisasi auditor, kesulitan dalam pekerjaan, kesulitan dalam menelaah laporan, tingkat keahlian yang dibutuhkan. Menurut (Andriani & Nursiam, 2018), perusahaan multinasional dan perusahaan yang bergerak dibidang sektor perbankan tidak jarang mengeluarkan audit *fee* yang besar, dikarenakan perusahaan membutuhkan auditor yang dapat berkualitas tinggi.

Komite Audit

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan no 55 / POJK.04 / 2015, tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, Bab I – Pasal 1, Komite Audit adalah suatu komite susunan keanggotan dibuat oleh Dewan Komisaris dan berkewajiban melaporkan segala sesuatu kepada Dewan Komisaris dalam menjalankan tugas dan fungsi Dewan Komisaris. Menurut (Braiotta *et al.*, 2015), komite audit memiliki kewajiban untuk meninjau evaluasi manajemen serta membantu akuntan publik untuk menjaga independensinya dan memberikan saran kepada manajemen atas permasalahan pencatatan akuntansi, agar laporan audit maupun laporan keuangan mampu dipertanggungjawabkan. Menurut (Jessica *et al.*, 2021), terdapat anggota komite audit di dalam perusahaan, kualitas audit akan menjadi maksimal.

Perumusan Hipotesa

H₁ : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Audit

H₂ : Reputasi KAP berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Audit

H₃ : Audit *Fee* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Audit

H₄ : Komite Audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Audit

H₅ : Ukuran Perusahaan, Reputasi KAP, Audit *Fee*, dan Komite Audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Audit

III. METODE

Jenis Riset

Pada riset ini menggunakan riset kuantitatif. Sampel akan diukur memakai metode statistik. Riset ini menggunakan data laporan keuangan publikasi oleh perusahaan keuangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2016–2020 dan menguji pengaruh antara variabel independen yaitu dari ukuran perusahaan, reputasi KAP, audit *fee*, dan komite audit dan variabel dependen yaitu kualitas audit.

Objek Riset

Pada riset ini, objek yang digunakan adalah perusahaan sektor keuangan dengan sub sektor perbankan, asuransi, sekuritas, dan lembaga keuangan lainnya yang sudah tercatat di BEI periode tahun 2016–2020.

Jenis dan Sumber Data

Pada riset ini menggunakan data sekunder, yaitu laporan tahunan perusahaan, terdiri dari data aktiva, laporan laba rugi, informasi akuntan publik dan komite audit yang telah dipublikasikan masing-masing perusahaan. Sumber data sekunder adalah www.idx.co.id dan situs website resmi dari masing-masing perusahaan.

Populasi dan Sampel

Populasi pada riset ini adalah perusahaan sektor keuangan yang tercatat di BEI periode 2016–2020 sebanyak 87 perusahaan. Terdapat kriteria perusahaan sektor keuangan yang menghasilkan sampel pada riset ini, antara lain:

1. Perusahaan sektor keuangan yang sudah tercatat di BEI sejak tahun 2016 atau sebelum tahun 2016
2. Perusahaan sektor keuangan yang menyajikan dan menerbitkan laporan keuangan pada tahun 2016–2020 secara lengkap.
3. Perusahaan sektor keuangan yang menyajikan dan menerbitkan laporan keuangan sudah di audit tahun 2016–2020.
4. Perusahaan sektor keuangan yang mencantumkan data-data yang mendukung riset di laporan keuangan pada tahun 2016–2020

Teknik Pengumpulan Data

Pada riset ini menggunakan teknik dokumentasi data dan objek riset, didukung dengan studi literatur pustaka BEI. Pengumpulan data dilakukan dengan mengolah data laporan keuangan tahunan publikasi dan didukung dengan jurnal riset terdahulu, dan media lainnya, seperti buku-buku perpustakaan yang memiliki kaitan dengan riset ini.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2) parsial
 - Ukuran Perusahaan (X1)

Tabel 1 - Uji Koefisien Determinasi Ukuran Perusahaan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,205 ^a	,042	,035	,37075
a. Predictors: (Constant), UP				

Sumber : Hasil perhitungan data yang telah diteliti peneliti yang diolah dengan SPSS , 2022

Melalui hasil perhitungan uji koefisien determinasi dari perhitungan R *Square* ukuran perusahaan-kualitas audit, menunjukkan koefisien determinasi = 0,042, artinya sebesar 4,2% ukuran perusahaan mempengaruhi kualitas audit, sedangkan sisanya 95,8% kualitas audit dipengaruhi oleh variabel lainnya.

- Reputasi KAP (X2)

Tabel 2 - Uji Koefisien Determinasi Reputasi KAP

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,353 ^a	,125	,118	,35436
a. Predictors: (Constant), RKAP				

Sumber : Hasil perhitungan data yang telah diteliti peneliti yang diolah dengan SPSS , 2022

Melalui hasil perhitungan koefisien determinasi dari tabel di atas, perhitungan R *Square* reputasi KAP-kualitas audit, menunjukkan koefisien determinasi = 0,125, artinya sebesar 12,5% reputasi KAP mempengaruhi kualitas audit, sedangkan sisanya 87,5% kualitas audit dipengaruhi oleh variabel lainnya.

○ **Audit Fee (X3)**

Tabel 3 - Koefisien Determinasi Audit Fee

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,332 ^a	,110	,103	,35734
a. Predictors: (Constant), AF				

Sumber : Hasil perhitungan data yang telah diteliti peneliti yang diolah dengan SPSS , 2022

Melalui hasil perhitungan koefisien determinasi dari perhitungan R Square pada audit fee-kualitas audit, menunjukkan koefisien determinasi = 0,110, artinya sebesar 11 % audit fee mempengaruhi kualitas audit, sedangkan sisanya 89% kualitas audit dipengaruhi oleh variabel lainnya.

○ **Komite Audit (X4)**

Tabel 4 - Koefisien Determinasi Komite Audit

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,355 ^a	,126	,119	,35412
a. Predictors: (Constant), KOAU				

Sumber : Hasil perhitungan data yang telah diteliti peneliti yang diolah dengan SPSS , 2022

Melalui hasil perhitungan koefisien determinasi dari perhitungan R Square pada komite audit-kualitas audit, menunjukkan koefisien determinasi = 0,126, artinya sebesar 12,6% komite audit mempengaruhi kualitas audit, sedangkan sisanya 87,4% kualitas audit dipengaruhi oleh variabel lainnya.

- Uji Koefisien Determinasi (R^2) Simultan

Tabel 5 - Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,465 ^a	,216	,192	,33920
a. Predictors: (Constant), KOAU, RKAP, UP, AF				
b. Dependent Variable: KUAU				

Sumber : Hasil perhitungan data yang telah diteliti peneliti yang diolah dengan SPSS , 2022

Melalui hasil perhitungan koefisien determinasi secara simultan, *R Square* ukuran perusahaan, reputasi KAP, audit *fee*, komite audit-kualitas audit menunjukkan koefisien determinasi = 0,216, artinya sebesar 21,6% secara bersama-sama X5 (ukuran perusahaan, reputasi KAP, audit *fee*, dan komite audit) mempengaruhi Y (kualitas audit), sedangkan sisanya 78,4% kualitas audit dipengaruhi oleh variabel lainnya.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Tabel 6 - Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,318	,642		,495	,621
	UP	-,037	,025	-,221	-1,490	,139
	RKAP	,187	,090	,227	2,064	,041
	AF	,064	,051	,225	1,247	,215
	KOAU	,061	,018	,301	3,378	,001
a. Dependent Variable: KUAU						

Sumber : Hasil perhitungan data yang telah diteliti peneliti yang diolah dengan SPSS , 2022

Melalui hasil perhitungan signifikan yang dilakukan secara parsial, dapat disimpulkan bahwa:

- UP (Ukuran Perusahaan), Nilai koefisien = -0,037, $T_{Hitung} = -1,490$ dan sig. $T = 0,139$, $T_{Hitung} < T_{Tabel} (1,978)$ dan sig. $T > 0,05$, artinya ukuran pada perusahaan sektor keuangan tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kualitas audit, maka H_1 ditolak.
- RKAP (Reputasi KAP), nilai koefisien = 0,187, $T_{Hitung} = 2,064$ dan sig. $T = 0,041$, $T_{Hitung} > T_{Tabel} 1,978$ dan sig. $T < 0,05$, artinya reputasi KAP pada KAP yang digunakan perusahaan sektor keuangan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas audit, maka H_2 diterima.
- AF (Audit fee), nilai koefisien = 0,064, $T_{Hitung} = 1,247$ dan sig. $T = 0,215$, $T_{Hitung} < T_{Tabel} 1,978$ dan sig. $T < 0,05$, artinya audit fee yang dibayarkan perusahaan sektor keuangan tidak memberikan pengaruh terhadap kualitas audit, maka H_3 ditolak.
- KOAU (Komite Audit), nilai koefisien = 0,061, $T_{Hitung} = 3,378$ dan tingkat signifikan = 0,001, $T_{Hitung} > T_{Tabel} 1,978$ dan sig. $T < 0,05$, artinya komite audit pada perusahaan sektor keuangan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas audit, maka H_4 diterima.

• Uji F

Tabel 7 - Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,124	4	1,031	8,962	,000 ^b
	Residual	14,957	130	,115		
	Total	19,081	134			

a. Dependent Variable: KUAU
 b. Predictors: (Constant), KOAU, RKAP, UP, AF

Sumber : Hasil perhitungan data yang telah diteliti peneliti yang diolah dengan SPSS , 2022

Melalui hasil perhitungan uji signifikan yang dilakukan secara simultan dari tabel di atas, memperoleh hasil $F_{Hitung} = 8,962$ dan tingkat signifikan = 0,000 dan $F_{Hitung} > F_{Tabel} 2,441$ dan sig. $F < 0,05$, artinya X5 (ukuran perusahaan, reputasi KAP, audit fee, dan komite audit secara bersama) memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas audit, maka H_5 diterima.

V. KESIMPULAN

Melalui hasil perhitungan dan pengujian data, disimpulkan bahwa:

1. Hasil uji variabel ukuran perusahaan dengan kualitas audit secara parsial, memperoleh hasil bahwa ukuran pada perusahaan sektor keuangan tidak memberikan pengaruh terhadap kualitas audit, maka H_1 ditolak. Pada riset ini sampel dari perusahaan sektor keuangan

periode 2016–2020, ukuran perusahaan dengan tidak membawa dampak yang signifikan terhadap kualitas audit, yang dikarenakan ada kemungkinan perusahaan sektor keuangan dalam 5 periode tersebut memiliki manajemen yang baik dalam pengendalian aktiva.

2. Hasil uji variabel reputasi KAP dengan kualitas audit secara parsial, memperoleh hasil bahwa reputasi KAP memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas audit, maka H_2 diterima, menunjukkan bahwa perusahaan sektor keuangan yang memilih untuk diperiksa oleh KAP yang berafiliasi *Big Four* pada periode 2016-2020 akan memberikan pengaruh terhadap kualitas audit. Hal ini dikarenakan akuntan pada KAP *Big Four* memiliki keahlian dan mampu menghasilkan kualitas audit terpercaya. Kasus SNP *Finance* merupakan kasus yang bisa dikatakan bukan murni hanya kesalahan auditor maupun KAP saja, melainkan besarnya didukung dari perusahaan turut menutup-nutupi kebenaran.
3. Hasil uji variabel audit *fee* dengan kualitas audit secara parsial, memperoleh hasil bahwa audit *fee* tidak memberikan pengaruh terhadap kualitas audit, maka H_3 ditolak, menunjukkan bahwa besar kecil audit *fee* yang dikeluarkan perusahaan sektor keuangan pada periode 2016-2020 akan tidak akan mempengaruhi kualitas audit, yang artinya auditor yang baik menghasilkan kualitas audit yang baik didasari fakta perusahaan, bukan karena jumlah *fee* yang diberikan besar kepada auditor, sehingga auditor dapat memberikan kualitas audit yang baik.
4. Hasil uji variabel komite audit dengan kualitas audit secara parsial, memperoleh hasil bahwa komite audit memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas audit, maka H_4 diterima, menunjukkan bahwa semakin sering komite audit melakukan rapat evaluasi dan perencanaan audit dapat memberikan dampak positif pada kualitas audit, dikarenakan komite audit akan mengoptimalkan hasil audit yang akan dihasilkan nantinya.
5. Hasil uji variabel ukuran pada perusahaan sektor keuangan, reputasi KAP, audit *fee*, dan komite audit dengan kualitas audit secara simultan, memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan, reputasi KAP, audit *fee*, dan komite audit memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kualitas audit, maka H_5 diterima, menunjukkan bahwa besar kecilnya perusahaan, reputasi pada KAP yang digunakan perusahaan, audit *fee* yang dikeluarkan perusahaan, dan fungsi komite audit dalam perusahaan yang maksimal dapat meningkatkan kualitas audit semakin baik, yang artinya ukuran perusahaan yang besar, reputasi KAP yang baik, audit *fee* dan fungsi komite audit yang maksimal, kualitas audit akan semakin membaik.

Berdasarkan analisis dan pengujian yang sudah dilaksanakan, berikut ini adalah saran-saran yang bisa menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat meningkatkan jumlah sampel dan data, untuk mencapai output yang maksimum.
2. Peneliti selanjutnya bisa menambahkan maupun mengganti variabel independen lainnya, seperti opini audit *going concern*, independensi, *profesionalisme*, audit *delay*, dan variabel lain selain variabel yang telah diuji peneliti, agar memperoleh hasil aspek-aspek lainnya yang dapat memberikan pengaruh pada kualitas audit.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Y. (2020). *Pengaruh Reputasi KAP, Ukuran Perusahaan Klien, Auditor Switching dan Fee Audit terhadap Kualitas Audit pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018* [Bisnis].
<http://repositori.buddhidharma.ac.id/727/1/Yongki%20Alexsander%20-%20201601000033.pdf>
- Andriani, N., & Nursiam, N. (2018). Pengaruh Fee Audit, Audit Tenure, Rotasi Audit, dan Reputasi Auditor terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(1), 29–39. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v3i1.5559>
- Berikang, A., Kalangi, L., & Wokas, H. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan Klien Dan Rotasi Audit Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 13(04), 1–9. <https://doi.org/10.32400/gc.13.03.19934.2018>
- Braiotta, L., Gazzaway, R. T., Colson, R. H., & Ramamoorti, S. (2015). The Audit Committee Handbook: Fifth Edition. In *The Audit Committee Handbook: Fifth Edition* (5th ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119199816>
- DeAngelo, L. E. (1981). Auditor Size and Audit Quality. *Journal of Accounting and Economics*, 3(3), 183–199. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(81\)90002-1](https://doi.org/10.1016/0165-4101(81)90002-1)
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Jessica, Belinda, E., Lorencia, M., Tannitri, S., & Afiezan, H. A. (2021). Pengaruh Audit Fee, Masa Kerja Audit, Rotasi Audit, dan Komite Audit Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 173–188. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.25105/jat.v8i2.9381>
- Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, Pub. L. No. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Pasal 10 No 55 /POJK.04/2015 (2015). [https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-55.POJK.04.2015/SALINAN-POJK_55.Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-55.POJK.04.2015/SALINAN-POJK_55.Pembentukan%20dan%20Pedoman%20Pelaksanaan%20Kerja%20Komite%20Audit.pdf)
- Tandiontong, M. (2015). *Kualitas Audit dan Pengukurannya* (E. S. Suharsi, Ed.; 5th ed.). Alfabeta.
- Yolanda, S., Arza, F. I., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Audit Tenure, Komite Audit Dan Audit Capacity Stress Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(2), 543–555. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i2.94>

Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Image, Brand Impact Terhadap Brand Loyalty Pada PT. Kopin

Ivan Christian¹⁾¹ Tjong Se Fung²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Ivanchristian@gmail.com

²⁾tjong.sefung@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Brand Satisfaction
Brand Image
Brand Impact
Brand Loyalty

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan menguji pengaruh *brand satisfaction*, *brand image*, *brand impact* terhadap *brand loyalty* pada PT Kopin. Bentuk penelitian yang dilakukan pada penelitian ini ialah deskriptif dan kausalitas dengan menggunakan lima poin skala likert untuk mengukur seluruh variabel. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan data primer dan sekunder dan jumlah responden sebanyak 108 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah regresi linear berganda dengan alat uji IBM SPSS statistic 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand satisfaction*, *brand image*, *brand impact* memiliki pengaruh terhadap *brand loyalty* pada pelanggan PT Kopin, hal ini di tunjukan dengan anova dan uji parsial maupun simultan yang signifikan.

I. PENDAHULUAN

Porselen sangat banyak di temui di pasaran karena sangat tahan lama. Rahasiannya adalah clay dengan partikel halus yang digunakan untuk pembuatan porselen, seperti feldspar, quartz, atau kaolin. Meski terlihat indah dan elegan, piring keramik termasuk perabotan yang rentan pecah ketika mengalami benturan dan jatuh. Oleh karena itu, pastikan bahwa kamu memiliki pengemasan piring yang baik dari penjual, agar ketika sampai rumah keseluruhan piring tetap utuh.

Promosi merupakan suatu kegiatan memberikan informasi kepada pihak lain dengan tujuan untuk mempengaruhi keinginan dan harapan orang lain (Hernawan & Andy, 2018).

Tujuan utama bagi sebuah perusahaan adalah beroperasi dengan baik dan menghasilkan keuntungan. Hal ini dikarenakan para pemegang saham yang ingin mendapatkan keuntungan yang maksimal atas investasi mereka pada perusahaan bersangkutan (Sutisna, 2020).

Kompensasi menjadi salah satu bagian dari faktor yang memberi pengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan (Setia & Yusman, 2022).

Perubahan terjadi dengan pola pembayaran pembelian produk, konsumen pun beralih dengan sistem pembayaran digital dengan tunai atau kredit menjadi pembelian dengan sistem pembayaran digital (Kusnawan et al., 2019).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Brand Satisfaction

Menurut (Lai et al., 2009) menyatakan bahwa:

“Brand satisfaction was an indispensable requirement for customer repurchase intention”.

Brand satisfaction didefinisikan menurut (Grisaffe & Nguyen, 2011) menyatakan bahwa:

“The cumulative satisfaction as overall consumer’s evaluation based on the consumer’s total purchase and experience with a brand of product or service”.

¹Corresponding author

Menurut (Wardani & Gustia, 2017) dan (Zboja & Voorhees, 2006).

“An outcome of the customers’ evaluation in which customers seem satisfied with their chosen brand, and the brand meets their expectations. Brand satisfaction could be classified into two, i.e., transaction-specific satisfaction and accumulative satisfaction.”

Brand Image

Menurut (Putri et al., 2019) menyatakan bahwa:

“Brand image is considered a perceptual subjective phenomenon reflected through consumers’ feelings for products due to their memories.”

Menurut (Baack, 2018) menyatakan bahwa:

“A corporate or brand image expresses what the company stands for as well as how it is known in the marketplace.”

(Schiffman, L. G. & Wisenblit, 2015) menyatakan bahwa:

“The desired outcome of effective positioning is a distinct “position” (or image) that a brand occupies in consumers’ minds. This mental “position” must be unique and represent the core benefit the brand provides”.

Brand Impact

(Chaudhuri & Holbrook, 2001) menyimpulkan bahwa:

“Brand impact was a key predictor of customer brand loyalty because when they feel joyful, affectionate, or happy with a brand, they show higher commitment to the brand”.

Menurut pernyataan dari (Matzler et al., 2008) menyatakan bahwa:

“Brand impact is seen as certain category of consumers’ association with the brand”.

Menurut (Puska et al., 2017) menyatakan bahwa:

“Brand impact refers to a psychological reaction that entails certain customer positive or negative feelings”.

Brand Loyalty

Menurut (Aaker, 2013) mengatakan bahwa:

“Brand loyalty consists of two factors, attitudinal and behavioral”.

Menurut (Schiffman, L. G. & Wisenblit, 2015) menyatakan bahwa:

“Brand loyalty is a measure of how often consumers buy a given brand, whether or not they switch brands and, if they do, how often and the extent of their commitment to buying the brand regularly”.

Menurut (Baack, 2018) menyatakan bahwa:

“Brand loyalty constitutes the ultimate objective of building powerful brands”.

III. METODE

Types of Research

Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif dan kausalitas.

Menurut (Sukmadinata, 2017) menyatakan bahwa:

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang bisa mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antarfenomena yang satu dengan fenomena lainnya.”

Data Collection

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Menurut (Sekaran, Uma dan Bougie, 2016) menyatakan bahwa:

“Such data that the researcher gathers first hand for the specific purpose of the study are called primary data”.

Menurut (Sekaran, Uma dan Bougie, 2016) juga menyatakan:

“Secondary data are data that have been collected by others for another purpose than the purpose of the current study. Some secondary sources of data are statistical bulletins, government publications, published or unpublished information available from either within or outside the organization, company websites, and the Internet”.

Pengumpulan data dilakukan melalui google form oleh responden disebarakan secara online. Responden dalam penelitian ini ialah pelanggan PT KOPIN dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

Data Analysis Techniques

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah PLS-SEM. Menurut (Shiau et al., 2019) menyatakan bahwa: “PLS path model consist of two elements. First there is a structural model (also called the inner model in the context of PLS-SEM) that represent the construct (circles or ovals). The structural model also displays the relationships (paths) between the construct. Second, there are the measurement model (also refered to as the outer models in PLS-SEM) of the construct that display the relationships between the construct an the indicator variables”.

Menurut (Sarstedt et al., 2020) juga menyatakan bahwa:

“PLS SEM can also easily handle reflective and formative measurement models as well as single-item constructs, with no identification problem”.

Uji Validitas

Menurut (Sekaran, Uma dan Bougie, 2016) menyatakan bahwa:

“Validity is a test of how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure”.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengukur pertanyaan di dalam kuisisioner sehingga dapat mengetahui apakah jawaban yang diberikan oleh responden dapat menghasilkan jawaban yang sama atau konsisten dari waktu ke waktu.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan analisis terhadap masalah yang terdapat dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS).

Uji Normalitas

Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen yang digunakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Pengukuran yang digunakan dalam mengidentifikasi multikolinieritas yaitu perhitungan nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa:

Uji heterokedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji ini memang lebih tepat digunakan dibandingkan uji DW terutama bila sampel yang digunakan relatif besar dan derajat autokolerasi lebih dari satu. Uji LM akan menghasilkan statistik Breusch-Godfrey.

Uji Bruesch-Godfrey atau uji Lagrange Multiplier digunakan untuk mengukur apakah terjadi masalah autokolinearitas dalam data. Kriterianya ialah jika nilai signifikan dibawah alpha maka terjadi autokorelasi.

Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi merupakan koefisien yang menunjukkan seberapa kuat hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat dengan melihat R pada tabel berikut:

Interpretasi Koefisien Korelasi	
Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00	Tidak ada korelasi
> 0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,999	Sangat kuat
1,00	Korelasi sempurna

Sumber: (Neolaka, 2014)

Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Jika R² bernilai 1 artinya regresi dapat menjelaskan variabel Y. Sebaliknya jika bernilai 0 artinya model regresi tidak dapat menjelaskan sedikitpun variabel pada variabel Y.

Analisis Regresi Berganda

Persamaan analisis regresi menjelaskan bagaimana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Persamaan analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y: *Brand Loyalty*

B₀: Konstanta

β₁: Koefisien regresi *Brand Satisfaction*

X₁: Variabel *Brand Satisfaction*

β₂: Koefisien regresi *Brand Image*

X₂: Variabel *Brand Image*

β₃: Koefisien regresi *Brand Impact*

X₃: Variabel *Brand Impact*

β₄: Koefisien regresi *Brand Value*

X₄: Variabel *Brand Value*

e: Error

Uji f

Suatu model dikatakan fit untuk menguji hipotesis apabila memiliki hasil signifikansi yang berpengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama. Terdapat dua hipotesis dalam uji F, yaitu:

H₀: Tidak terdapat terpengaruh independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

H_a: Terdapat pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan uji F adalah:

1. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka variabel independen secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen maka H_a tidak dapat ditolak.
2. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ dan $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, maka H_0 tidak dapat ditolak.

Uji t

Uji t digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh secara individual terhadap variabel dependen.

IV. HASIL

A. Statistik Deskriptif Responden

		Jenis Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pria	47	43,5	43,5	43,5
	Wanita	61	56,5	56,5	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Sumber: SPSS Versi 25.0

Usia

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	17 - 22 Tahun	49	45,4	45,4	45,4
	23 - 27 Tahun	33	30,6	30,6	75,9
	28 - 32 Tahun	11	10,2	10,2	86,1
	33 - 37 Tahun	4	3,7	3,7	89,8
	>37 Tahun	11	10,2	10,2	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Sumber: SPSS Versi 25.0

Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pascasarjana (S1/S2)	37	34,3	34,3	34,3
	Sarjana	29	26,9	26,9	61,1
	SMA/SMK	42	38,9	38,9	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Sumber: SPSS Versi 25.0

Pekerjaan

		Pekerjaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Kuliah dan bekerja	34	31,5	31,5	31,5
	Pegawai	65	60,2	60,2	91,7
	Pelajar/Mahasiswa	4	3,7	3,7	95,4
	Wiraswasta	5	4,6	4,6	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Sumber: SPSS Versi 25.0

Penghasilan Per Bulan (DalamRp)

		Penghasilan Per Bulan (Dalam Rp)			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< 1.000.000	1	,9	,9	,9
	1.000.001- 3.000.000	15	13,9	13,9	14,8
	3.000.001 – 6.000.000	82	75,9	75,9	90,7
	6.000.001 – 9.000.000	8	7,4	7,4	98,1
	> 9.000.001	2	1,9	1,9	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Sumber: SPSS Versi 25.0

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reabilitas Brand Satisfaction (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	19,1759	1,642	,253	,721
X1.2	19,0556	1,492	,635	,502
X1.3	19,0185	1,514	,708	,479
X1.4	19,0741	1,490	,579	,525
X1.5	18,8981	2,391	-,021	,735

Sumber: SPSS Versi 25.

2. Uji Validitas dan Reabilitas Brand Image (X2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	18,8241	1,754	,287	,292
X2.2	18,9722	1,410	,420	,149
X2.3	18,7778	1,838	,247	,324
X2.4	18,8241	1,754	,208	,349
X2.5	18,7500	2,208	-,071	,552

Sumber: SPSS Versi 25.0

3. Uji Validitas dan Reabilitas Brand impact (X3)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	14,3426	,863	,254	,372
X3.2	14,4722	,625	,388	,202
X3.3	14,2870	1,029	,217	,413
X3.4	14,4259	,864	,173	,458

Sumber: SPSS Versi 25.0

4. Uji Validitas dan Reabilitas Brand Loyalty (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	14,1111	1,240	,362	,433
Y1.2	14,4167	,787	,421	,324
Y1.3	14,2222	,997	,433	,335
Y1.4	14,1944	1,224	,103	,624

Sumber: SPSS Versi 25.0

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,96362156
Most Extreme Differences	Absolute	,158
	Positive	,066
	Negative	-,158
Test Statistic		,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

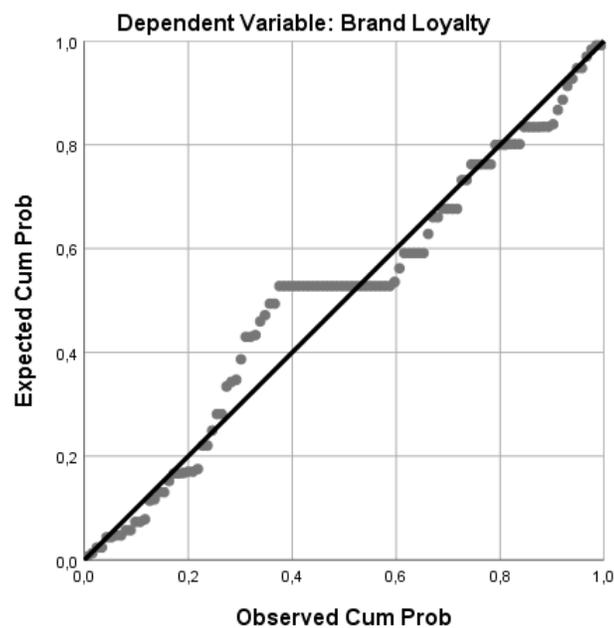
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: SPSS Versi 25.0

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : SPSS Versi 25

2. Uji Multikolinieritas

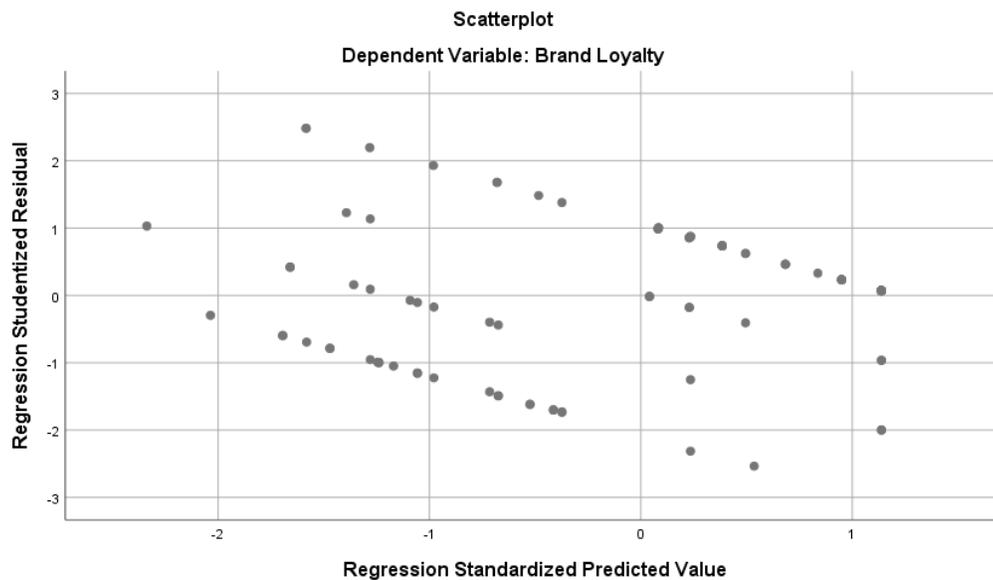
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1,482	2,158		,687	,494		
Brand Satisfaction	,157	,063	,193	2,505	,014	,922	1,085
Brand Image	,380	,066	,465	5,712	,000	,830	1,206
Brand Impact	,251	,089	,222	2,830	,006	,892	1,121

a. Dependent Variable: Brand Loyalty
 Sumber: SPSS Versi 25.0

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan uji *scatterplot*



Sumber: SPSS Versi 25.0

4. Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi dengan nilai Durbin Watson

Model	R	R Square	Model Summary ^b		Durbin-Watson
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,655 ^a	,429	,412	,97742	1,476

a. Predictors: (Constant), Brand Impact, Brand Satisfaction, Brand Image

b. Dependent Variable: Brand Loyalty

Sumber: SPSS Versi 25.0

D. Pengujian Hipotesis
 1. Koefisien Korelasi (R)

Correlations

		Brand Satisfaction	Brand Loyalty
Brand Satisfaction	Pearson Correlation	1	,344**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	108	108
Brand Loyalty	Pearson Correlation	,344**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: SPSS Versi 25.0

Correlations

		Brand Image	Brand Loyalty
Brand Image	Pearson Correlation	1	,592**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	108	108
Brand Loyalty	Pearson Correlation	,592**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: SPSS Versi 25.0

Correlations

		Brand Impact	Brand Loyalty
Brand Impact	Pearson Correlation	1	,393**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	108	108
Brand Loyalty	Pearson Correlation	,393**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	108	108

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: SPSS Versi 25.0

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,344 ^a	,118	,110	1,20280

a. Predictors: (Constant), Brand Satisfaction
 Sumber: SPSS Versi 25.0

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,592 ^a	,350	,344	1,03262

a. Predictors: (Constant), Brand Image
 Sumber: SPSS Versi 25.0

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,393 ^a	,154	,146	1,17808

a. Predictors: (Constant), Brand Impact
 Sumber: SPSS Versi 25.0

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,655 ^a	,429	,412	,97742	1,476

a. Predictors: (Constant), Brand Impact, Brand Satisfaction, Brand Image
 b. Dependent Variable: Brand Loyalty
 Sumber: SPSS Versi 25.0

3. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,482	2,158		,687	,494		
	Brand Satisfaction	,157	,063	,193	2,505	,014	,922	1,085
	Brand Image	,380	,066	,465	5,712	,000	,830	1,206
	Brand Impact	,251	,089	,222	2,830	,006	,892	1,121

a. Dependent Variable: Brand Loyalty
 Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil perhitungan data yang diperoleh dan kemudian diolah dengan software SPSS Versi 25 maka dapat dibentuk persamaan regresi linear berganda, Yaitu sebagai berikut :

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

$$\text{Brand Loyalty} = 1.482 + 0.157 X_1 + 0.380 X_2 + 0.251 X_3 + \varepsilon$$

4. Hasil Uji Statistik t

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,482	2,158		,687	,494		
	Brand Satisfaction	,157	,063	,193	2,505	,014	,922	1,085
	Brand Image	,380	,066	,465	5,712	,000	,830	1,206
	Brand Impact	,251	,089	,222	2,830	,006	,892	1,121

a. Dependent Variable: Brand Loyalty
 Sumber : SPSS Versi 25

5. Hasil Uji Statistik f

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74,606	3	24,869	26,031	,000 ^b
	Residual	99,357	104	,955		
	Total	173,963	107			

a. Dependent Variable: Brand Loyalty

b. Predictors: (Constant), Brand Impact, Brand Satisfaction, Brand Image
 Sumber : SPSS Versi 25

V. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Brand Satisfaction berpengaruh signifikan terhadap Brand Loyalty pada PT Kopin, dari hasil perhitungan secara parsial sebesar 0.118 atau 11.8% nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen Brand Satisfaction secara parsial berpengaruh 11.8% terhadap variabel dependen Brand Loyalty, di peroleh nilai nilai t(tabel) 1.98304 lebih kecil dari padat(hitung)2.505 dan nilai signifikansinya sebesar $0.014 < 0.05$ Sehingga H0 ditolak dan H1 diterima.
- Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Brand Loyalty pada PT Kopin, dari hasil perhitungan secara parsial sebesar 0.350 atau 35% nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen Brand Image secara parsial berpengaruh 35% terhadap variabel dependen Brand Loyalty, di peroleh nilai nilai t(tabel) 1.98304 lebih kecil dari padat(hitung)5.712 dan nilai signifikansinya sebesar $0.000 < 0.05$ Sehingga H0 ditolak dan H2 diterima.
- Brand Impact berpengaruh signifikan terhadap Brand Loyalty pada PT Kopin, dari hasil perhitungan secara parsial sebesar 0.154 atau 15.4% nilai tersebut dapat diartikan bahwa variabel independen Brand Impact secara parsial berpengaruh 15.4% terhadap variabel dependen Brand Loyalty, di peroleh nilai nilai t(tabel) 1.98304 lebih kecil dari padat(hitung)2.830 dan nilai signifikansinya sebesar $0.006 < 0.05$ Sehingga H0 ditolak dan H3 diterima.
- Brand Satisfaction, Brand Image, dan Brand Impact berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Brand Loyalty pada PT Kopin. Hal ini dibuktikan setelah dilakukannya perhitungan diperoleh nilai F hitung 26.031

sedangkan F tabel 2.69. Dengan demikian F hitung $>$ F tabel atau $26.031 > 2.69$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya berpengaruh signifikan terhadap hubungan linear antara variabel Brand Satisfaction, Brand Image, dan Brand Impact terhadap Brand Loyalty, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat. Besarnya pengaruh Brand Satisfaction, Brand Image, dan Brand Impact terhadap Brand Loyalty pada PT Kopin sebesar 42,9%. Sedangkan sisanya 57,1% (100% - 42,9%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi* (Edisi kedua). Salemba Empat. Jakarta.
- Baack, D. dan K. E. C. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication* (7th ed.). United States: Pearson Education.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. (2001). The Chain of Effects From Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65, 81–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Grisaffe, D. B., & Nguyen, H. P. (2011). Antecedents of emotional attachment to brands. *Journal of Business Research*, 64(10), 1052–1059. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.11.002>
- Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai alfamidi taman royal tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 16. No. 3 (2018)*, 3.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2). <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Lai, N. M., Nalliah, S., Jutti, R. C., Hla, Y. Y., & Lim, V. K. E. (2009). The educational environment and self-perceived clinical competence of senior medical students in a Malaysian medical school. *Education for Health: Change in Learning and Practice*, 22(2).
- Matzler, K., Grabner-Kräuter, S., & Bidmon, S. (2008). Risk aversion and brand loyalty: The mediating role of brand trust and brand affect. *Journal of Product and Brand Management*, 17(3), 154–162. <https://doi.org/10.1108/10610420810875070>
- Neolaka, A. (2014). *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Puska, P., Kurki, S., Lähdesmäki, M., Siltaoja, M., & Luomala, H. (2017). Sweet taste of prosocial status signaling: When eating organic foods makes you happy and hopeful. *Appetite*, 121. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.11.102>
- Putri, A. D. E., Indarini, -, & Anandya, D. (2019). *The influence of brand communication, brand image, brand satisfaction, and brand trust on brand loyalty*. XXIV(03), 412–426. <https://doi.org/10.2991/insyma-19.2019.31>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* (11 Global). England: Pearson Education Limited.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). New Jersey: Wiley.
- Setia, A. D., & Yusman. (2022). Pengaruh Kompetensi, Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Indonesia, Kinerja Karyawan PT. Plaswod Bangun. *Ekonomi Dan Manajemen*, 1, 14. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1246/684>
- Shiau, W. L., Sarstedt, M., & Hair, J. F. (2019). Internet research using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Internet Research*, 29(3), 398–406. <https://doi.org/10.1108/IntR-10-2018-0447>
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Sukmadinata (2017, 72)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sutisna, N. (2020). Pengaruh Penerapan Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014- 2018. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1).
- Wardani, D., & Gustia, R. R. (2017). Analysis of Brand Experience, Brand Satisfaction and Brand Trust Relationship to Brand Attachment. *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 9(1), 59. <https://doi.org/10.35384/jime.v9i1.20>
- Zboja, J. J., & Voorhees, C. M. (2006). The impact of brand trust and satisfaction on retailer repurchase intentions. *Journal of Services Marketing*, 20(6), 381–390. <https://doi.org/10.1108/08876040610691275>

Pengaruh Harga, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Chuseyo

Julius Saputra^{1)*} Rinintha Parameswari²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Julius.saputra99@gmail.com

²⁾rinintha.parameswari@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Harga
Store Atmosphere
Kualitas Pelayanan
Keputusan Pembelian

Abstrak

Peneliti menjalankan penelitian ini memiliki tujuan yaitu, untuk melihat sejauh mana Harga, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian di Kopi Chuseyo. Penggunaan metode pada penelitian ini adalah kuantitatif. Dalam mengambil sampel memanfaatkan teknik *non probability samplinh* dan populasi 133 pembeli di Kopi Chuseyo. Metode pengumpulan data adalah dengan menyebarkan angket yang pengukurannya dengan skala *Likert*. Dalam menganalisis data memanfaatkan analisis regresi linear berganda dengan dukungan dari aplikasi SPSS V25.

T hitung senilai $4,150 = t$ tabel $1,985$ serta tingkat signifikasinya $0,000 = 0,05$ dengan menyiratkan pengujian statistic menjelaskan bahwa menunjukkan *Store Atmosphere* berpengaruh positif pada Keputusan Pembelian, kemudian variable Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian $t_{hitung} 2,283 > t_{tabel} 1,985$ yang signifikannya $0,025 < 0,05$ yang menyimpulkan bahwa pengukuran ini benar-benar menjelaskan bahwa Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian. Dari tabel koefisien memperlihatkan persamaan linear.

Nilai F yang ditentukan adalah 56.380 dengan derajat besar 0,000 atau di bawah 0,05. Selanjutnya pada titik tersebut dapat dilihat bahwa harga F yang ditentukan adalah $56,380 > F_{tabel} 2,69$ yang nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Dari uji statistic F hitung memperlihatkan semua variable bebas berisi Harga (X1), *Store Atmosphere* (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) mempengaruhi dengan simultan pada Keputusan Pembelian (Y).

I. PENDAHULUAN

Salah satu bisnis di Indonesia yang menghadapi perubahan secara signifikan dengan cepat dan menghadapi persaingan secara ekstrim saat ini adalah bisnis kuliner. Bidang kuliner yang tersedia di kota Tangerang dan mengalami perkembangan, mengakibatkan padatnya populasi remaja di kota Tangerang. Fenomena ini dimanfaatkan oleh pembisnis-pembisnis dalam melakukan pengembangan suatu usaha dalam memperoleh laba yang banyak.

Kopi Chuseyo merupakan kios yang menyuguhkan kopi serta termotivasi oleh budaya K-Pop. Daniel Hermansyah, pelopor, adalah penggemar dari K-Pop yang memiliki keinginan untuk membawa budaya K-Pop supaya terus mengalami peningkatan dari waktu sebelumnya.

Memasuki area milenial membuat pembisnis berlomba untuk membuka cafe sejenis, hal ini membuat kopi Chuseyo sangat memperhatikan para konsumennya agar selalu sentia membeli di kopi Chuseyo. ada beberapa faktor yang membuat pemilik kopi Chuseyo memperhatikan keputusan pembelian dari konsumen diantaranya :

Harga (Menurut Livia Meyinta) Harga merupakan pembayaran dengan jumlah uang tertentu yang memiliki fungsi untuk mendapatkan opsi untuk menggunakan barang tersebut. Faktor yang peneliti lihat konsumen mengeluh akan harga yang mahal tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Store atmosphere Menurut Berman dan Evans dalam jurnal Cindy Silvianty Sengkey merupakan perpaduan pesan yang sebenarnya sudah terencana. *Store Atmosphere* bisa dijelaskan menjadi perubahan terkait dalam merencanakan pengaturan pembelian memberikan hasil yang luar biasa yang dapat membuat pelanggan melakukan aktivitas pembelian. Faktor yang lain juga terlihat dari suasana cafe yang ada suasana didalam kopi Chuseyo fasilitas yang ada tidak berjalan baik, seperti Ac yang sudah tidak sejuk lagi, Wfi yang lemot dsb.

Kualitas pelayanan (Menurut Livia Meyinta) kualitas layanan, untuk kesiapan karyawan ketika memberi pelayanan kepada pelanggan secara cepat tanggap supaya dengan adanya bantuan cepat memberikan kesan kepada pembeli untuk menghabiskan sisa waktu mereka untuk yang lainnya. Faktor lain terlihat bahwa karyawan yang ada di café Chuseyo tidak cepat tanggap, sehingga banyak konsumen yang sering mengeluh atas pelayanan di kopi Chuseyo tersebut.

Apabila diambil rata, pembeli di Komunal mencapai 30 hingga 50 orang setiap hari dengan kafe yang sangat besar. Jumlah pelanggan di Koi Chuseyo adalah sesuatu yang menarik untuk ditelaah, mengingat ada banyak saingan serupa di dekatnya.

eneliti menjalankan penelitian ini memiliki tujuan yaitu, untuk melihat sejauh mana Harga, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian di Kopi Chuseyo.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut (RIZAL ACHMAD, 2020):

“Pemasaran merupakan kemampuan untuk mengenali kebutuhan pembeli dengan memberikan barang atau jasa yang didapat dengan harga yang ekonomis.”

Pengertian pemasaran menurut Kotler dalam (Sunarno, 2021) :

“Pemasaran adalah siklus sosial dan materi yang memberdayakan individu atau perkumpulan untuk memperoleh sesuai kebutuhan mereka dan butuhkan lewat penciptaan dan perdagangan barang dan kualitas yang berbeda. Dalam hubungan antara keluarga, sahabat, kelompok, tim dan bos, dapat dibayangkan bahwa ada berbagai perspektif masing-masing ketika memutuskan keputusan, penilaian, ide atau yang lainnya yang dapat memicu terciptanya konflik.”

Harga

Sebagian masalah dalam berpromosi yaitu dalam melakukan penentuan nominal harga yang merupakan bagian yang sensitif untuk pembeli dan sesuatu yang vital bagi penjual.

Definisi harga menurut (Suprpto & Wahyudin, 2020)

“Harga merupakan berapa banyak uang tunai (di samping item tertentu apabila mungkin) diharapkan supaya memperoleh jumlah item serta pelayanannya.”

Definisi harga menurut Philip Kotler dalam (Handayani, 2019)

“Harga merupakan berapa banyak uang yang memiliki nilai tukar guna memperoleh laba dari pembelian atau penggunaan suatu barang atau jasa.”

Store Atmosphere

Teknik *Store Atmosphere* toko sangat mempengaruhi pola pikir pembeli, yang dengan demikian seharusnya mendorong minat untuk membeli. Toko yang memiliki desain yang tepat dapat menciptakan konsumen yang awalnya tidak memiliki niat beli menjadi tertarik untuk membeli.

Definisi menurut Katarika dalam (Tansala et al., 2019):

“*Store Atmosphere* merupakan komponen yang dibutuhkan dalam pusat perbelanjaan yang dimanfaatkan untuk membuat pelanggan berminat dalam mengunjungi dan nyaman ketika berbelanja.”

Definisi lain *Store Atmosphere* menurut Damos dalam (Tanjung, 2020) :

“Suasana toko merupakan karakter yang dibutuhkan pada setiap usaha, yang bertujuan menciptakan situasi atau suasana yang menyenangkan sesuai yang diharapkan pembeli dan membuat pembeli senang jika membuang waktunya di toko dan secara tidak langsung meningkatkan pelanggan dalam aktivitas pembelian.”

Kualitas Pelayanan

Definisi Kualitas Pelayanan dari pandangan menurut Philip Kotler pada (Ratih, 2020):

“Kualitas Pelayanan merupakan suatu kinerja karyawan yang disajikan oleh satu individu kepada individu lainnya.”

Pengertian kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono dalam (Ratih, 2020) :

“Kualitas Pelayanan merupakan pekerjaan untuk mengatasi masalah yang menyertai keinginan pembeli, serta ketepatan strategi penyampaian untuk mengukur asumsi dan pemenuhan. ”

Keputusan Pembelian

Definisi Keputusan Pembelian dari pandangan Buchari Alma pada (Wibisono, 2019) :

“Keputusan Pembelian merupakan keputusan pembeli yang terjadi akibat pengaruh dari masalah keuangan, mekanik, politik, sosial, barang, biaya, wilayah, iklan, *physical evidence*, individu, serta siklus. Jadi itu membingkai mentalitas pembeli untuk berurusan dengan semua data dan mencapai tekad sebagai reaksi yang timbul dari barang apa yang akan dibeli.”

Pengertian keputusan pembelian pandangan dari Kotler dan Armstrong pada (Wibisono, 2019) :

“Keputusan Pembelian cukup berarti bagi perilaku pembeli. Perilaku pelanggan dimanfaatkan dalam meneliti bagaimana individu, perkumpulan, dan afiliasi memilah, menukar, memanfaatkan, dan diharapkan produk, jasa, pertimbangan, atau pengalaman sesuai dengan asumsi dan kebutuhan mereka.”

III. METODE

Jenis Data

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif. Sebagaimana ditunjukkan oleh (Sugiyono, 2016, hlm. 24) tentang strategi penelitian deskriptif, khususnya: “Penelitian merupakan penelitian yang diarahkan untuk memutuskan variabel mandiri, dimungkinkan bahwa setidaknya satu variabel (bebas) tanpa mempertentangkan atau mengaitkan variabel satu dengan yang lainnya.”

Sumber Data

- a. Data Sekunder
Menurut (Sugiyono, 2016;28) menjelaskan data sekunder ialah pengumpulan informasi yang aktivitasnya tidak dilakukan secara langsung. Biasanya data diperoleh lewat BPS (Badan Pusat Statistic), buku, jurnal, artikel, laporan, dan sumber yang lainnya.
- b. Data Primer
Menurut (Kusnawan & Efendi, 2022) menjelaskan Data Primer ialah perolehan data secara langsung oleh peneliti melalui sumber informasi. Informasi penting bisa didapatkan dari observasi, wawancara, percakapan terpusat, dan menggunakan kuesioner. Data pada penelitian ini diambil dari konsumen Kopi Chuseyo.

Sampel dan Populasi

1. Populasi
Sesuai (Sugiyono, 2016; 30) Populasi adalah wilayah hipotesis yang melinatkan objek yang belum sepenuhnya diselesaikan oleh penulis untuk difokuskan dan selanjutnya dilakukan pembuatan kesimpulan. Sesuai populasi sebanyak 133 konsumen Kopi Chuseyo.
2. Sampel
Sampel menurut Sujarweni dalam (Debby, 2020;76) adalah : "Komponen pada populasi yang mempunyai kualitas yang dimanfaatkan dalam melakukan proses penelitian." Sementara dalam penelitian ini, analisis menggunakan pengujian sampel dengan teknik *non probability samplinh* melalui metode *purposive sampling*.

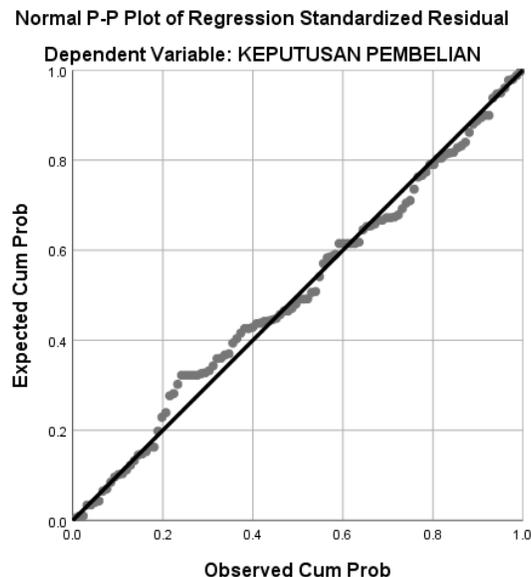
Teknik dan Analisis Data

1. **Uji Statistik Deskriptif**
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Statistik deksriptif adalah perangkat statistic yang mampu menggambarkan atau memberikan garis besar dari item yang dipusatkan lewat data sampel atau populasi, serta tidak melakukan penganalisan dan pada umumnya menjelaskan tujuan dari data yang diperoleh.
2. **Uji Kualitas Data**
 - a. Uji Validitas
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Uji validitas dimanfaatkan dalam melakukan pengukuran sah atau tidaknya pada hasil kuesioner. Dalam melakukan uji validitas penelitian ini memanfaatkan *Pearson Relationship*.
 - b. Uji Reliabilitas
 - c. Menurut (Santosa, 2019) Reliabilitas ialah kemampuan yang memperlihatkan seberapa jauh pengukur bisa dijadikan tumpuan.
3. **Uji Asumsi Klasik**
 - a. Uji Normalitas

- Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Uji Normalitas yang dimanfaatkan peneliti yaitu uji statistic Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan standar dalam mengambil keputusan.
- b. Uji Multikolinearitas
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Digunakan untuk mengenali keberadaan multikolinearitas ada ataupun tidak di model regresi, cenderung ditemukan pada nilai tolerance dan kebalikannya juga terdapat pada VIF (*Variance Inflation Faktor*).
 - c. Uji Heteroskedastisitas
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Uji heteroskedastisitas berarti melakukan pengujian dengan melihat ada tidaknya perbedaan diantara variance dari residual dalam model regresi yang dilihat dari persepsi.
- 4. Uji Regresi Linear**
- a. Analisis Regresi Linear Berganda
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Penelitian ini pada metode analisisnya memanfaatkan analisis regresi linear berganda yang dimanfaatkan dalam menentukan pengaruh antara tidak kurang dari dua variable independent dengan satu variabel dependen.
 - b. Uji Korelasi
Dalam buku (Priyono, 2021) Uji Korelasi adalah salah satu strategi analisis statistic dalam memutuskan hubungan antara dua variabel kuantitatif.
- 5. Pengujian Hipotesis**
- a. Uji Koefisien Determinasi
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Nilai koefisien korelasi berada pada kisaran *zero* dan 1. R^2 yang nilainya menyiratkan kapasitas variable independent ketika memahami variable dependen sangat sedikit.
 - b. Uji Signifikan Simultan (f)
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Uji statistic F dimanfaatkan dalam melihat apakah semua variabel bebas dituangkan pada model saling mempengaruhi variabel terikat.
 - c. Uji Signifikan Parsial (t)
Dikatakan oleh (Sujarweni, 2015) Uji statistic t dimanfaatkan dalam meninjau seberapa jauh pengaruh terkait variabel independent yang jumlahnya satu dengan cara individual ketika memaknai variabel dependen.

IV. HASIL

1. Uji Asumsi Klasik
 - Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Bersumber kepada gambar di atas, menjelaskan desain distribusi normal yang memusatkan perhatian di titik yang tersebar di area garis miring dan memperlihatkan model regresi mendukung asumsi normal.

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68078145
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.043
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Dengan mempertimbangkan hasil dari uji normalitas, menjelaskan nilai signifikannya adalah $0,20 > 0,05$, sehingga bisa dipahami nilai residual memiliki distribusi normal.

- **Uji Multikolinearitas**

Tabel 2. Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

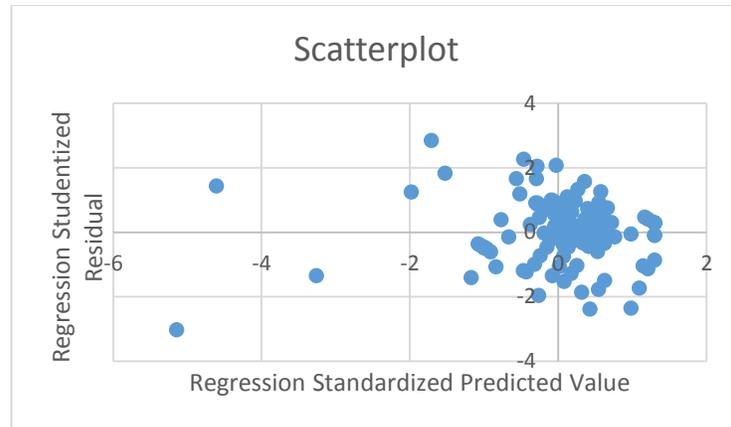
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.511	2.768		3.436	.001		
	HARGA	.238	.081	.266	2.948	.004	.464	2.155
	STORE ATMOSPHERE	.365	.088	.422	4.150	.000	.365	2.739
	KUALITAS PELAYANAN	.185	.081	.203	2.283	.025	.477	2.096

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Melalui penjelasan table diatas terlihat bahwa hasil dari hitung pada variabel Harga adalah VIF senilai $2.155 < 10$ dan Tolerance senilai $0.464 > 0.10$, variabel *store atmosphere*, VIF senilai $2.739 < 10$ dan Tolerance senilai $0,365 > 0,10$, serta variabel Kualitas Pelayanan, VIF senilai $2,096 < 10$ dan Tolerance senilai $0,477 > 0,10$. Dengan tujuan supaya model regresi terbebas dari permasalahan multikolinearitas.

- **Uji Heteroskedastisitas**



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Bersumber kepada gambar di atas, menjelaskan bahwa model ini terbebas dari Heteroskedastisitas dikarenakan informasi ditinjau penyebaran titik terlihat diatas yang berarti dibawah angka 0.

- Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-0,09382
Cases < Test Value	57
Cases >= Test Value	57
Total Cases	114
Number of Runs	60
Z	0,376
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,707

a. Median

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Diperoleh pada penjelasan table diatas memperlihatkan bahwa *Asymp* esteem. Sig.(2-followed) 0,707 > 0,005 jadi bisa dipahami tidak ada autokorelasi.

2. Uji Regresi Linear

- Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	9.511	2.768		3.436	.001
	HARGA	.238	.081	.266	2.948	.004
	STORE ATMOSPHERE	.365	.088	.422	4.150	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.185	.081	.203	2.283	.025

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Bersumber pada table sebelumnya dikatakan bahwa jumlah B pada bagian Unstandardized Coefficient mempunyai nilai konstan 9.511, maka pada saat itu koefisien Harga (X1) adalah 0,238, nilai koefisien *Store Atmosphere* (X2) adalah 0,365, dan koefisien Kualitas Pelayanan (X3) adalah 0,185, jadi ditentukan dari persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = 9,511 + 0,238 X1 + 0,365 X2 + 0,185 X3 + e$$

Dari rumus di atas bisa dibuat pengertian sebagai berikut :

- Nilai *Constant* 9,511 memperlihatkan bahwa saat variabel bebas (Harga, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan) memiliki nilai nol, pilihan Keputusan Pembelian sejumlah 9,51.
- Koefisien regresi variabel Harga senilai 0,238, dan itu menyiratkan bahwa biaya memiliki hubungan positif dengan Keputusan Pembelian di mana penambah 1 poin dalam Harga dapat meningkatkan Keputusan Pembelian senilai 0,238. Kemudian lagi, dengan asumsi Harga turun 1, itu akan mengurangi Keputusan Pembelian senilai 0,238.
- Koefisien regresi variabel *Store Atmosphere* senilai 0,365 menyiratkan, *Store Atmosphere* mempunyai hubungan positif terhadap Keputusan Pembelian yang mana setiap ekspansi 1 poin *Store Atmosphere* akan meningkatkan Keputusan Pembelian senilai 0,365. Kemudian lagi, dengan asumsi bahwa *Store Atmosphere* berkurang 1, itu akan menurunkan Keputusan Pembelian senilai 0,365.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan senilai 0,185, dan itu menyiratkan Kualitas Pelayanan memiliki koneksi positif pada Kualitas Pelayanan dimana setiap kenaikan 1 poin pada Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Keputusan Pembelian senilai 0,185. Kemudian lagi, dengan asumsi bahwa Kualitas Pelayanan turun 1, itu akan mengurangi Keputusan Pembelian senilai 0,185.

• **Uji Korelasi Berganda**

Tabel 4. Uji Korelasi Berganda

		Correlations			
		KEPUTUSAN PEMBELIAN	HARGA	STORE ATMOSPHERE	KUALITAS PELAYANAN
Pearson Correlation	KEPUTUSAN PEMBELIAN	1.000	.692	.757	.664
	HARGA	.692	1.000	.719	.607
	STORE ATMOSPHERE	.757	.719	1.000	.709
	KUALITAS PELAYANAN	.664	.607	.709	1.000
Sig. (1-tailed)	KEPUTUSAN PEMBELIAN	.	.000	.000	.000
	HARGA	.000	.	.000	.000
	STORE ATMOSPHERE	.000	.000	.	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.000	.000	.000	.
N	KEPUTUSAN PEMBELIAN	100	100	100	100
	HARGA	100	100	100	100

STORE	100	100	100	100
ATMOSPHERE				
KUALITAS PELAYANAN	100	100	100	100

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Bersumber kepada tabel Correlations di atas bisa diuraikan, berikut ini:

- Tingkat korelasi Harga pada Keputusan Pembelian dijelaskan oleh korelasi senilai 0,692, dan itu menyiratkan bahwa korelasi adalah area kekuatan yang mempunyai arah positif.
- Tingkat korelasi *Store Atmosphere* pada Keputusan Pembelian dijelaskan oleh korelasi senilai 0,757, dan itu menyiratkan bahwa hubungan tersebut dalam bidang kekuatan dan mempunyai arah positif.
- Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dijelaskan oleh korelasi senilai 0,664, dan area tersebut menyiratkan bahwa hubungan tersebut sangat kuat untuk dan dalam arah yang positif.
- Tabel korelasi memperlihatkan bahwa dampak antara Harga, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan harus dilihat berdasarkan angka probabilitas probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ yang mana apabila angka probabilitas $< 0,05$ sehingga adanya koneksi dengan signifikan diantara variable yang ada. Hal ini cenderung dijelaskan pada table sebelumnya, di table tersebut diuraikan bahwa nilai probabilitas signifikan yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Pengujian Hipotesis

- Uji Koefisien Determinasi (R^2) harus ada parsial dan simultan nya

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df 1	df 2	
1	.799 ^a	.638	.627	2.722	.638	56.380	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, STORE ATMOSPHERE

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Digambarkan pada table diatas bisa dilihat dengan sangat baik bahwa: Nilai R Square adalah 0,638 ($0,799 \times 0,799$) atau 63,8%, yang berarti tingginya tingkat pengaruhnya Harga, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian yaitu 63,8 %, untuk lebihnya 36,2% (100 persen - 63,8%) dimaknai dari berbagai unsur atau variabel yang dikecualikan dari analisis regresi ini.

- Uji T

Tabel 6. Uji T (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	9.511	2.768		3.436	.001
	HARGA	.238	.081	.266	2.948	.004
	STORE ATMOSPHERE	.365	.088	.422	4.150	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.185	.081	.203	2.283	.025

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

Bersumber kepada table sebelumnya bisa diketahui hasil pengujian hipotesis sebagai berikut :

- a) Pengaruh Harga pada Keputusan Pembelian dimaknai dengan nilai t hitung senilai 2,948 > ttabel 1,98157 yang nilai signifikannya 0,004 < 0,05, sehingga bisa disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, dan memang benar ada pengaruh signifikan antara Harga pada Keputusan Pembelian.
- b) Pengaruh *Store Atmosphere* pada Keputusan Pembelian dimaknai dengan nilai t-hitung senilai 4,150 = ttabel 1,98157 yang nilai signifikannya 0,000 = 0,05, sehingga bisa disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima, bisa dipahami adanya pengaruh signifikan diantara *Store Atmosphere* pada Keputusan Pembelian.
- c) Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian dimaknai dengan t hitung senilai 2,283 > t tabel 1,98 dan besar 0,025 < 0,05, sehingga bisa dipahami Ho ditolak dan Ha diterima, bisa dipahami adanya pengaruh signifikan diantara Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian.

• Uji F

Tabel 7. Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1253.528	3	417.843	56.380	.000 ^b
	Residual	711.472	96	7.411		
	Total	1965.000	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, STORE ATMOSPHERE

Sumber: Data *Software* SPSS versi 25

igambarkan pada table diatas bisa dilihat dengan sangat baik bahwa, Uji F yang ditentukan 56.380 yang tingkat signifikannya 0,000 atau di bawah 0,05. Kemudian cenderung terlihat bahwa F hitung senilai 56,380 > Ftabel 2,69 yang tingkat signifikannya 0,000 < 0,05. Dari uji statistic F hitung memperlihatkan semua variable bebas berisi Harga (X1), *Store Atmosphere* (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) mempengaruhi dengan simultan pada Keputusan Pembelian (Y).

V. KESIMPULAN

- a) **Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Kopi Chuseyo**

Kesimpulannya ditegaskan bahwa harus terlihat pada tabel uji-t, nilai thitung adalah 2,948 > t1,985 yang tingkat signifikannya 0,004<0,05 yang mana ketika melakukan uji statistic menunjukkan bahwa Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Kopi Chuseyo.

- b) **terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Store Atmosphere (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Kopi Chuseyo.**

Hasil di atas harus terlihat pada tabel uji t, nilai t hitung senilai 4,150 > t 1,985 yang tingkat signifikannya 0,000<0,05 yang mana pengujian statistic ini mengatakan pada *Store Atmosphere* mempengaruhi Keputusan Pembelian di Kopi Chuseyo.

- c) **terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Kopi Chuseyo.**

Akhir di atas harus terlihat pada tabel uji t, nilai t adalah 2,283 > t1,985 yang tingkat signifikannya 0,025<0,05 dimana uji statistik menunjukkan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Keputusan Pembelian di Kopi Chuseyo.

- d) **terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara harga (X1) , Store Atmosphere (X2) Dan kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Kopi Chuseyo**

Dilihat dari uji determinan R² dari yang dijelaskan tabel *Model Summary*, nilai *R Square* ialah 0,638, jadi bisa disimpulkan bahwa 63,8% pengaruh Harga, *Store Atmosphere*, dan Kualitas Pelayanan pada Keputusan Pembelian pada Keputusan Pembelian di Kopi Chuseyo. Apabila ditinjau dari uji F tabel ANOVA maka F tabel senilai 56.830 > F tabel 2.26 yang taraf signifikannya 0,000<0,05 sehingga disimpulkan bahwa pada uji statistik F variabel bebas adalah Harga (X1), *Store Atmosphere* (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) mempengaruhi dengan simultan pada Keputusan Pembelian (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, T. (2019). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam* (Suryani (ed.)). deepublish.
- Kotler & Keller. (2012). *menejemen pemasaran*.
- Kusnawan, A., & Efendi, J. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Brand X.Eight Pada Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Program Studi Manajemen. 1*. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1344/770>
- Ratih. (2020). *Mengenal Kualitas Pelayanan Secara Lengkap*. <https://tambahpinter.com/kualitas-pelayanan/>
- RIZAL ACHMAD. (2020). *BUKU AJAR MANAJEMEN PEMASARAN DI ERA MASYARAKAT INDUSTRI 4.0*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis&Ekonomi* (pertama). pustakabarupress.
- Sunarno, S. (2021). *Manajemen Pemasaran* (R. Rintho (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Suprpto, R., & Wahyudin, M. Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Tanjung, A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jmpb/article/download/322/214/>
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. . (2019). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Gramedia Manado*. 8. https://www.researchgate.net/publication/334460957_Pengaruh_Store_Atmosphere_Terhadap_Keputusan_Pembelian_Di_Gramedia_Manado
- Tjiptono. (2011). *menejemen pemasaran*.
- Wibisono, E. S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN UD. RIZKY BAROKAH DI BALONGBENDO [UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA]*. http://eprints.ubhara.ac.id/511/2/Skripsi_Ekky_Suti_Wibisono.pdf

Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2021)

Marlina Liu Sutyono^{1)*}, Syarifarudin Afa²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾marlinaliusutyono@gmail.com

²⁾syarifarudin.afa@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima, September 2022;
Perbaikan, September 2022;
Diterima, September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Corporate Social Responsibility
Dewan Komisaris Independen
Profitabilitas
Nilai Perusahaan

Abstrak

Tujuan menyeluruh studi ini adalah untuk menguji pengaruh CSR, dewan direksi yang tidak memihak, dan kesuksesan finansial pada nilai perusahaan. Variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* diukur memakai indeks pengungkapan CSR (CSRI) GRI, dewan komisaris independen menggunakan rumus DKI dan profitabilitas diukur memakai rasio *Return on Asset* (ROA). Sedangkan *Price to Book Ratio* (PBV) indikator nilai perusahaan merupakan variabel terikat.

Purposive sampling digunakan untuk mengumpulkan total 36 sampel untuk penyelidikan ini. Statistik yang digunakan di sini adalah sumber sekunder yang dikumpulkan dari situs Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Bursa Efek Jakarta & Indonesia yang biasa disebut IDN Financials. Dengan menggunakan SPSS versi 25, dilakukan uji asumsi klasik, uji statistik deskriptif, dan uji hipotesis untuk menganalisis data penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, dewan komisaris independen mempunyai dampak yang signifikan pada nilai bisnis, sedangkan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas mempunyai dampak kecil. Studi ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan, dewan direksi independen, dan profitabilitas mempunyai dampak signifikan pada nilai perusahaan.

I. PENDAHULUAN

Salah satu kantor berita Indonesia yaitu ANTARA News (Prihantoro, 2020) mengutip bahwa terdapat 53 kasus hukum yang menyangkut nilai perusahaan di BUMN (Badan Usaha Milik Negara) telah terjadi di Indonesia. Nilai perusahaan tercermin dari harga saham, nilai buku di neraca, dan keberhasilan perusahaan. Nilai perusahaan dapat diketahui dari kondisi perusahaan yang berubah dalam beberapa waktu tertentu sehingga nilai nominal tidak dapat dijadikan acuan (K. Ramadhani, 2021). Salah satu faktor eksternal yang mendukung kemajuan perusahaan dan

telah menjadi perdebatan dalam beberapa dekade ini yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR yaitu salah satu cara perusahaan menjadikan tata kelola perusahaan lebih efektif agar terciptanya kinerja perusahaan jangka panjang dengan lingkungan bisnis sehat tanpa mengesampingkan transparansi dan akuntabilitas. Didalam halaman web (www.walhi.or.id) (Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI), 2022) terdapat beberapa kasus *Corporate Social Responsibility* (CSR) salah satunya adalah kasus pencemaran lingkungan oleh PT. Rum dan PT. Pajitex di kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Pekalongan yang di laporkan pada bulan Februari 2022.

CSR tentu tidak bisa terlaksana bila tidak adanya faktor internal salah satunya adalah tata kelola dan kondisi keuangan yang baik. Dewan komisaris independen yang terdiri dari komisaris dari eksternal perusahaan yang tidak mempunyai hubungan khusus dengan anggota dewan atau individu internal perusahaan manapun, sehingga dapat dipercaya untuk memantau keberhasilan inisiatif untuk meningkatkan tata kelola perusahaan mempertimbangkan kebutuhan banyak pihak dan menentukan apakah perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial. Berdasarkan survei “*Asian Corporate Governance Association (ACGA) Indonesia* memiliki peringkat Tata Kelola Perusahaan terburuk dari 12 negara Asia pada tahun 2018 jika dibandingkan dengan entitas bisnis internasional lainnya” sehingga diharapkan dewan komisaris independen dapat berperan sebagai dewan pengawas independen dalam melakukan pengawasan, pemberian konsultasi, pengarahan dan melakukan evaluasi.

Baiknya nilai perusahaan dimata investor tergantung pada seberapa tingginya keuntungan sehingga menjadikan profitabilitas sebagai faktor internal lainnya yang menjadi kunci dalam meningkatkan nilai perusahaan. Menurut (Meivinia, 2018) Profitabilitas menunjukkan bagaimana kemampuan perusahaan dalam mencapai laba dan sejauh apa perusahaan dalam mengefektifkan pengelolaannya berdasarkan bukti dari aktiva yang dipergunakan perusahaan. Diharapkan dengan adanya peran dewan komisaris independen dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan kepercayaan penanam saham dan loyalitas konsumen atau publik sehingga nantinya diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas penjualan perusahaan. Berdasarkan hal tersebut di atas, peneliti sedang mempertimbangkan sebuah penelitian berjudul: “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2021)”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut (Lestari, 2021) mengatakan teori sinyal adalah gambaran umum mengenai isyarat atau sinyal. Sehingga timbullah asumsi mengenai teori sinyal terkait faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, situasi di mana manajemen mengoptimalkan insentif yang diharapkan sebagai pihak yang mengetahui detail perusahaan yang terlarang bagi investor.

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Menurut Hummels, 1998 dalam (Hadi, 2018) secara eksplisit teori *stakeholder (stakeholder theory)* menguraikan perusahaan ditengah-tengah lingkungan tidak bisa terlepas dari peran stakeholder yang dimana adalah beberapa pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan.

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Menurut (Nurfauziah, 2021) mengatakan bahwa dalam memahami tata kelola perusahaan yang baik dibutuhkan teori dasar yaitu perspektif hubungan keagenan yang bisa dikatakan merupakan kontrak antara agen (manajer) dan prinsipal (investor).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (Anshary Hamid Labetubun et al., 2022) *CSR (Corporate Social Responsibility)* adalah suatu peran aktif perusahaan dengan menitikberatkan *triple bottom line* sebagai fondasi pembangunan ekonomi jangka panjang, sehingga dapat dikatakan tanggung jawab perusahaan bukan hanya dalam mencapai keuntungan/laba semata, akan tetapi juga harus menaruh perhatian dalam tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitar perusahaan.

Dewan Komisaris Independen (DKI)

Dewan komisaris independen yaitu suatu peran atau mekanisme mendukung perusahaan dalam melaksanakan proses *corporate governance* dan sebagai pihak yang mengawasi dan memberikan arahan atau petunjuk bagi pengelola perusahaan (Amaliyah & Herwiyanti, 2019).

Profitabilitas

Menurut (Andi Wiguna et al., 2019) profitabilitas merupakan laba perusahaan yang didapat dalam satu periode, yang nantinya dijadikan opsi kelayakan bagi penanam saham dalam berinvestasi pada suatu perusahaan apabila laba perusahaan tinggi dan menguntungkan dikemudian hari.

Hipotesis Penelitian

H1 : Dampak *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan.

H2 : Dampak Dewan Komisaris Independen pada Nilai Perusahaan.

H3 : Dampak Profitabilitas pada Nilai Perusahaan.

H4 : Dampak *Corporate Social Responsibility*, Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan.

III. METODE

Metode kuantitatif digunakan untuk penelitian ini. Laporan keuangan perusahaan yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia yang bergerak di sektor manufaktur digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif untuk penelitian ini, yang dilakukan dari tahun 2016 hingga 2021.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini memperoleh data sekunder berbentuk laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan sub sektor perdagangan eceran di BEI antara tahun 2016 sampai dengan tahun 2021, dengan populasi sebanyak 32 perusahaan dan perolehan data sampel sebanyak 36 melalui pengambilan sampel secara selektif. Adapun kriteria atau persyaratan perusahaan sebagai sampel yaitu :

- 1) Perusahaan sub sektor perdagangan di BEI 2016-2021.
- 2) *Annual report* dan laporan keuangan tahunan perusahaan secara lengkap ditemukan selama periode 2016-2021.

3) Perusahaan yang mencapai titik impas antara tahun 2016 dan 2021”.

Variabel Dependen

Variabel terikat penelitian ini yaitu nilai perusahaan yang dievaluasi dengan *Price to Book Value Ratio* (PBV). Menurut (Sembiring et al., 2021) *Price to Book Value Ratio* (PBV) yaitu rasio yang dipakai membandingkan harga pasar per saham dengan nilai buku per saham yang nantinya akan membantu dalam mengukur tingkat harga saham dengan rumus sebagai berikut menurut Brigham dan Ehrhardt, 2006 dalam (Made Wiska et al., 2018):

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (CSR) (X1)

CSR menurut WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) merupakan suatu komitmen dalam memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi dan peningkatan taraf hidup karyawan serta bertindak secara etis yang bentuknya berkelanjutan yang berasal dari dunia bisnis. Variabel CSR pada penelitian ini diukur dengan rumus indeks pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) CSR_i yaitu dengan memberikan nilai satu untuk informasi yang telah dipublikasikan dan nol untuk informasi yang belum dipublikasikan, CSR dapat dihitung (*Corporate Social Responsibility*) menurut (Ramona, 2017) dalam (Virginia & Wibowo, 2017), yaitu:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Dewan Komisaris Independen (DKI) (X2)

Dewan Komisaris Independen (DKI) bertanggungjawab dalam memonitor tindakan manajemen puncak, sehingga secara garis besar merupakan mekanisme pengendalian internal tertinggi dan diharapkan dalam mengelola keuangan perusahaan Dewan Komisaris Independen (DKI) terhindar dari kepentingan manajemen (Trida et al., 2021). Berikut adalah rumus dewan komisaris independen (DKI) yang akan digunakan menurut (Lestari, 2021):

$$DKI = \frac{\text{Jumlah anggota DKI}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris}}$$

Profitabilitas (X3)

Menurut (Virginia & Wibowo, 2017) Investor dapat mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan berdasarkan laba atau laba. Rasio keuntungan perusahaan terhadap sumber daya dan asetnya disebut *Return on Assets* (ROA), dan dipakai mengukur profitabilitas. Untuk menghitung profitabilitas, berikut rumus di bawah ini.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.723 ^a	0.523	0.478	1.50481	1.009

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Dewan Komisaris Independen

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: data diolah SPSS 25

Tabel di atas menunjukkan nilai R-kuadrat yang disesuaikan 0,478, atau 47,8%, sehingga dapat diperoleh hasil bahwa kontribusi variabel bebas (independen) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), Dewan komisaris independen dan profitabilitas merupakan variabel terikat (dependen), yakni nilai perusahaan, menyumbang 47,8% dari total pengaruh, sedangkan faktor dan variabel lain menyumbang 52,2% sisanya.

2. Tabel Uji Hipotesis

a) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.503	3	26.501	11.703	0.000 ^b
	Residual	72.462	32	2.264		
	Total	151.965	35			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Dewan Komisaris Independen

Sumber: data diolah SPSS 25

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) harus diadopsi daripada hipotesis nol (H_0) ketika semua faktor pengganggu lain yang mungkin diperhitungkan, menghasilkan nilai F sebesar 11,703 dengan tingkat signifikansi (Sig .) dari $0,000 < 0,05$, atau 5%.

b) Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5.418	1.648		-3.289	0.002
Corporate Social Responsibility	6.237	7.119	0.114	0.876	0.387
Dewan Komisaris Independen	16.522	3.486	0.642	4.740	0.000
Profitabilitas	3.525	5.558	0.085	0.634	0.530

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: data diolah SPSS 25

Berikut adalah hasil yang diperoleh dalam pengujian signifikansi parsial menggunakan T tabel yaitu:

- 1) Nilai CSR (0,876) < nilai 1,69389 pada T tabel (0,876 1,69389), maka H0 diterima dan H1 ditolak, CSR telah terbukti memiliki dampak yang cukup kecil pada nilai bisnis.
- 2) Mengingat nilai dewan komisaris independen adalah 4,740 dan nilai T tabel adalah 1,69389 (atau 4,740 > 1,69389), maka dapat disimpulkan bahwa H2 benar dan H0 salah.
- 3) Untuk menyimpulkan bahwa profitabilitas berdampak lebih kecil pada nilai perusahaan daripada nilai T tabel sebesar 1,69389 (0,634 < 1,69389), kami menerima H0 dan menolak H3.

V. KESIMPULAN

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

CSR dengan memakai rumus indeks pengungkapan CSR yaitu CSR_i (*Corporate Social Responsibility Index*), nilai perusahaan tidak akan terpengaruh secara signifikan. Beberapa bisnis sebagian besar tidak peduli tentang masalah lingkungan dan sosial, dan mereka percaya bahwa inisiatif CSR cukup mahal untuk merugikan keuntungan mereka.

2. Pengaruh Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan

Dewan Komisaris Independen (DKI) nilai yang dihitung dengan rumus komisaris independen dibagi jumlah komisaris, positif dan signifikan secara statistik. Dewan komisaris independen diharapkan mampu memperkuat pemantauan dan mengurangi kecurangan sehingga perusahaan memiliki Investor tertarik untuk berinvestasi dalam laporan keuangan berkualitas tinggi, yang meningkatkan nilainya.

3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas diukur memakai rasio *Return on Assets* (ROA) tidak berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Pandemi COVID-19 sangat berdampak terhadap keberlangsungan perusahaan. Sebagian besar perusahaan terkena dampak menurunnya laba, Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) hingga bahkan kebangkrutan. Penyebaran virus corona menjadi salah

satu penyebab tingkat pendapatan perusahaan menjadi berubah-ubah dan tidak stabil yang dimana berpengaruh ke dalam profitabilitas perusahaan dan nilai perusahaan.

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Dewan Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

CSR, dewan direksi yang tidak memihak, dan kinerja keuangan yang kuat semuanya memiliki peran dalam menentukan nilai perusahaan, menurut bukti yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi terhadap kinerja perusahaan dikarenakan sikap peduli akan lingkungan eksternal dan internal tanpa mengesampingkan keuntungan perusahaan sangat dibutuhkan pada era sekarang.

SARAN

Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memperhatikan kembali kegiatan atau pun pengungkapan terkait CSR agar sesuai dengan standar GRI. Perusahaan juga diharapkan lebih bijak dalam penggunaan dana perusahaan dan lebih memajemen kinerja keuangan selama pandemi COVID-19 berlangsung agar pendapatan perusahaan lebih stabil kedepannya.

Bagi Investor

Diharapkan dapat lebih membantu para penanam investasi sebelum menanamkan modal pada perusahaan yang dituju. Investor disarankan melihat laporan keuangan perusahaan dalam suatu periode sehingga dapat lebih selektif dalam menanamkan modal, menilai profitabilitas atau pun intensitas modal perusahaan dan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi terkait perusahaan yang dituju sebagai dasar pertimbangan untuk melakukan investasi.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Mencermati hasil penelitian yang dilakukan, penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian terkait CSR, dewan komisaris independen dan profitabilitas pada nilai perusahaan, dari segi penambahan data sampel dan tahun pengamatan, peningkatan prediksi nilai perusahaan dengan memasukkan variabel independe, perluasan ruang lingkup penelitian terhadap perusahaan atau melakukan penelitian menggunakan sub sektor lain. Penelitian selanjutnya juga disarankan melakukan wawancara dengan pihak perusahaan secara langsung terkait CSR atau pun variabel lain nanti nya agar memperoleh hasil lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, F., & Herwiyanti, E. (2019). PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, DEWAN KOMISARIS INDEPENDEN, DAN KOMITE AUDIT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN. *Jurnal Akuntansi*, 9(3), 187–200. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.187-200>
- Andi Wiguna, R., Yusuf, M., & Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng, S. (2019). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. 1(2). www.idx.co.id
- Anshary Hamid Labetubun, M., Nugroho, L., & Pinem, D. (2022). *CSR PERUSAHAAN “Teori Dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab”* (U. Saripudin, Ed.; 1st ed.). https://www.google.co.id/books/edition/CSR_PERUSAHAAN_Teori_Dan_Praktis_Untuk_M/yiVIEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

- Dahliatul Khasanah, I., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh corporate social responsibility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL*, 17(1), 2020–2034.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Darminto, D. P. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi* (4th ed.).
- Endiana, D. M. (2019). IMPLEMENTASI CORPORATE GOVERNANCE PADA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Akuntansi Manajemen*, 9.
- Fauzi, F., Basyith Dencik, A., & Isnaini Asiati, D. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*. 1–380.
- Hadi, N. (2018). Membangun Nilai Perusahaan Berbasis Stakeholder. In *Corporate Social Responsibility* (2nd ed.).
- Imam Syairozi, M. (2019). *Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*.
https://www.google.co.id/books/edition/Pengungkapan_CSR_pada_Perusahaan_Manufak/2-WnDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Indrarini, Dr. S. (2019). *NILAI PERUSAHAAN MELALUI KUALITAS LABA (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*.
https://www.google.co.id/books/edition/NILAI_PERUSAHAAN_MELALUI_KUALITAS_LABA/4wTFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Intipesan. (2018, January 31). *Tugas dan Peranan Komisaris Independen*.
<https://www.intipesan.com/tugas-dan-peranan-komisaris-independen/>
- Lestari, A. D. (2021). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Kajian Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 10, 1–15.
- Made Wiska, S. A., Cahyadi Putra, I. G., & Merawati, L. K. (2018). KEMAMPUAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) MEMODERASI PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) DAN PROFITABILITAS PADA NILAI PERUSAHAAN. *Akuntansi Manajemen*, 8.
- Maya Saraswati, A., Frasiska Oktafiana, N., Kusuma Wardani, P., & Permata Sari, S. (2019). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA NILAI PERUSAHAAN KLASIFIKASI INDUSTRI AGRIKULTUR DI BURSA EFEK INDONESIA*.
- Meivinia, L. (2018). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN SUKU BUNGA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Versi Cetak*, 2(2), 380–393.
www.idx.co.id
- Nurfauziah, F. L. (2021). PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR DAN TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI SUBSEKTOR TEKSTIL DAN GARMEN. *Akuntansi*, 15, 42–70.
- Prihantoro, A. (2020, November 23). *ANTARA luncurkan AKHLAK sebagai Nilai Utama Budaya Perusahaan*.
<https://www.antaranews.com/berita/1854300/antara-luncurkan-akhlak-sebagai-nilai-utama-budaya-perusahaan>
- Ramadhani, A. P., & Sulistyowati, E. (2021). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/3828/3839>
- Ramadhani, K. (2021). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI

- PERUSAHAAN (Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). *Jurnal Akuntansi Manajemen*, 10.
- Ratih. (2021, February 3). *Nilai Perusahaan: Pengertian, Jenis, Faktor, Metode dan Modal*. <https://tambahpinter.com/nilai-perusahaan/>
- Riyanto, S., & Andhita Hatmawan, A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (1st ed.). Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Sayidah, N. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN Disertai Dengan Contoh Penerapannya Dalam Penelitian* (1st ed.). https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_Disertai_Dengan_Co/gcO9DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Sembiring, L. D., Supitriyani, Azwar, K., & Susanti, E. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Laporan_Keuangan/WfpXEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Singgih Santoso. (2020). *Panduan Lengkap SPSS 26*. Elex Media Komputindo. https://www.google.co.id/books/edition/Panduan_Lengkap_SPSS_26/X3ELEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Toni, Dr. N., & Silvia. (2021). *Determinan Nilai Perusahaan* (N. Kartika Sari, Ed.). https://www.google.co.id/books/edition/Determinan_Nilai_Perusahaan/oNcrEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Trida, Sugioko, S., I Tjiptadi, T., Afa, S., & Halim, S. (2021). *Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufacture Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2015-2019)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.890>
- Umam. (2021). *Pengertian CSR: Sejarah, Prinsip, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya*. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-csr/>
- Virginia, J., & Wibowo, S. (2017). *Analisa Pengaruh Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang mengikuti PROPER yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016)*. www.beritasatu.com
- Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI). (2022, January 6). *kasus pencemaran lingkungan oleh PT. Rum dan PT. Pajitex*. <https://www.walhi.or.id/bertahun-tahun-menjadi-korban-pencemaran-lingkungan-warga-sukoharjo-dan-pekalongan-laporkan-pt-rum-dan-pt-pajitex-sebagai-korporasi-pencemar-lingkungan-kepada-klhk-komnas-ham-dan-komnas-perempuan>
- Wardiyah, M. L. (2017). *Analisis Laporan Keuangan* (1st ed.).
- Wibowo, S., Sutandi, ubdacid, & Komarudin, H. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Capital Intensity terhadap Tax Avoidance dengan Variabel Opinion Shoothing Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/aktek.v13i1.711>

Pengaruh Budaya Organisasi, Kompetensi Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Citra Karunia Sukses.

Natius Rustandi^{1)*}, Nana Sutisna²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾natiusrustandi44@gmail.com

²⁾sutisna.nana1966@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Budaya Organisasi¹
Kompetensi Kerja²
Stress Kerja³
Kepuasan Kerja⁴

Abstrak

Pada karya tulis ini bertujuan untuk mendapatkan memberitahu tentang seberapa berpengaruhnya yang akan timbul pada Budaya Organisasi, Kompetensi Kerja dan Stress kerja terhadap Kepuasan kerja karyawan pada PT Citra Karunia Sukses. Pada hasil karya ilmiah ini peneliti memakai sample dengan jumlah 92 responden, untuk mengumpulkan informasi dengan cara membuat kuesioner dan olahan data seperti program SPSS 24.

Analisa yang dilakukan oleh peneliti memakai model analisis statistiic yang meliputi : uji deskriptif, uji regresi linear berganda, uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, Analisa Kolerasi dan Hipotesis penelitian. Perihal ini data yang telah dihasilkan kemudian ditunjukkan pada penelitian ini yang telah memberitahu bahwa variable Budaya Organisasi(X1), Kompetensi Kerja(X2), Stress Kerja(X3) pada Kepuasan kerja karyawan (Y) pada PT Citra Karunia Sukses ditemukan 0,005 untuk nilai Budaya organisasi yang mempunyai pengaruh yang akurat terhadap kepuasan kerja karyawan dikarenakan 0,014 untuk nilai kompetensi kerjaa yang mempunyai pengaruh yang akurat terhadap kepuasan kerja karena nilai lebih besar dari nilai 0,05, serta ditemukan 0.351 untuk nilai Stress kerja yang mempunyai pengaruh yang akurat terhadap kepuasan kerja. Hal tersebut dapat terbukti bahwa variabel Budaya Organisasi, kompetensi kerja dan Stress Kerja berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT Citra Karunia Sukses.

I. PENDAHULUAN

Banyak hal yang terdapat pada suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi tentang keberlangsungan hidup dalam perusahaan. Perusahaan akan tetap bertumbuh dan berkembang karena didalam sebuah perusahaan memiliki factor produksi berkumpul salahsatu nya adalah SDM. didalam sebuah perusahaan pasti memiliki sebuah pekerja dan akan bertugas dalam melakukan suatu tugas operasional dan SDM yang merupakan suatu masalah utama yang ada didalamnya. Tujuan utama dari Sumber Daya Manusia dalam suatu organisasi adalah menganggap bahwa setiap karyawan adalah suatu asset di perusahaan yang sangat penting bagi masa depan perusahaan agar tetap berjalan dengan baik dari sebuah tugas karyawan dalam perusahaan sangatlah adanya perbedaan tingkat pada tugas karyawan dan dapat diukur dengan mampu atau tidak nya mengerjakan sebuah tujuan yang ditentukan oleh perusahaan.

Ada sejumlah hal yang bisa berpengaruh tentang berlangsungnya hidup dalam organisasi, dan perusahaan dapat tumbuh dan berlangsung karena akan dipengaruhi oleh beberapa factor penting

yang meliputi : Budaya Organisasi, Kompetensi Kerja dan Stress kerja serta Kepuasan kerja Karyawan.

Dalam karya ilmiah ini, penulis akan mencoba membahas tentang sebuah masalah yang akan terjadi dan dengan tidak sadari bahwa sebuah masalah tersebut dapat berupa penghambat yang berpengaruh tentang kualitas kerja karyawan serta berpengaruh terhadap Kepuasan karyawan dapat berpengaruh oleh factor lainnya Contoh nya seperti Budaya Organisasi, Kompetensi dan juga Stress kerja .

Berdasarkan permasalahan yang sering terjadi, maka si peneliti berinisiatif untuk meneliti masalah dan si peneliti memberi hasil untuk menjadwalkan penelitian dengan memberikan tema “Pengaruh Budaya Organisasi, Kompetensi kerja dan Stress kerja terhadap Kepuasan kerja karyawan pada PT Citra Karunia Sukses”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut (Kusnawan, 2018 : 21) mengatakan bahwa: “MSDM yang merupakan suatu pengetahuan untuk mengelola sebuah peranan atau hubungan antara karyawan sehingga lebih efisien lagi agar tercapainya tujuan perusahaan.”

Menurut Widiyanto & Wibowo (2021: 1) mengatakan sebagai berikut : “ Manajemen adalah suatu proses antara karyawan untuk mencapai tujuan bersama yang sesuai dengan pelaksanaan fungsi – fungsi perencanaan serta kepemimpinan.”

Berdasarkan pengertian dari peneliti sebelumnya maka dapat di tarik sebuah simpulan bahwa manajemen sumber daya manusia yaitu suatu kegiatan yang dimana dapat digunakan untuk mengatur serta mengembangkan suatu potensi seseorang didalam suatu organisasi dan dapat berpengaruh besar terhadap proses perencanaan serta pengawasan terhadap pemeriharaan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Budaya Organisasi

Menurut Sedarmayati (2017 : 75) memberitahu bahwa: “ Budaya organisasi yaitu suatu sikap atau keyakinan serta nilai yang dimiliki seseorang yang akan timbul didalam sebuah organisasi dan akan kemukakan dengan lebih sederhana, Deni Sulistiawan, Sukrisno S.Riandi, Siti Maria (2017).”

Berdasarkan pengertian dari menurut peneliti sebelumnya dengan begitu dapat menarik sebuah analisis bahwa Budaya Organisasi lebih memiliki penting bagi perusahaan untuk memberikan kelancaran di segala aspek dalam perusahaan dan mempunyai konsep yang akan terus berkembang dan harus di perhatikan dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Kompetensi Kerja

Menurut (Edy Sutrisno 2019:203) yang mengatakan bahwa :“ Kompetensi merupakan sesuatu kemampuan sudah ada di setiap karyawan yang di landasi oleh suatu pengetahuan dan keterampilan yang telah di dukung oleh sikap kerja dan penerapannya dalam mengerjakan pekerjaannya di dalam perusahaan yang akan mengacu pada persyaratan kerja yang telah di tetapkan oleh sebuah perusahaan”.

Dengan definisi oleh para ahli di atas dapat dibuat sebuah analisis tentang kompetensi ialah suatu pengetahuan atau skill yang berada di dalam setiap karyawan dan menjadikan sebagai syarat utama

dalam perusahaan agar dapat mengerjakan pekerjaannya dengan sangat mudah dan juga dapat membantu karyawan untuk mendapatkan hasil yang sangat maksimal.

Stress Kerja

Menurut Arwin, Siahaan dkk (2019 : 75) menyatakan bahwa “suatu gejala stress kerja dapat muncul dan mengacu pada suatu skill diri sendiri seseorang untuk melawan pekerjaannya, sebagai hasilnya gejala stress kerja dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu :

- a. Gejala Fisiologikal
- b. Gejala Psikologikal
- c. Gejala perilaku

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa gejala – gejala stress kerja dapat menimbulkan gangguan pada pekerjaannya yang dapat berpengaruh pada fisik dan perilaku seseorang.

Kepuasan Kerja Karyawan

Sutrisno (Hamali, 2016, 202) mengatakakan bahwa : “Kepuasan kerja mempunyai arti untuk melihat suatu sikap karyawan yang dapat pekerjaan yang bekerjasama dengan kondisi, yang berkaitan dengan karyawan.”

Menurut Tholok, F. W., Santosa, S., & Janamarta, S. (2019) yang mengatakan bahwa : “Kepuasan kerja ialah suatu sikap yang dilihat dari sisi baik atau tidak yang akan dilakukan secara sendiri terhadap tugasnya.”

III. METODE

Objek Penelitian

Penelitian terdapat pada perusahaan PT Citra Karunia Sukses yang terletak di Kawasan Industri Manis Jl. Manis V no 15A Jatiuwung, Tangerang.

Populasi Dan Sample

Pandangan Sugiyono (2018:117) menyatakan : “Populasi yaitu suatu daerah yang terdiri atas objek atau subjek yang telah memiliki suatu nilai positif terhadap sifat seseorang yang telah ditetapkan oleh penulis agar mempelajari dan akan dapat menarik sebuah kutipan”. Populasi pada penelitian ini ialah pekerja di PT Citra Karunia Sukses sebanyak 120 karyawan.

Sugiyono (2018 : 118) mengatakan bahwa : “Sampel ialah dari sejumlah sifat yang dimiliki pada suatu populasi yang ada”.

$$N = \frac{120}{1+0.3} = 92,307/92 \text{ responden}$$

Sample dalam penelitian ini merupakan sebagian anggota populasi yaitu sebanyak 92 pekerja

Teknik Pengumpulan Data

1. Pengujian Data Penelitian

a. Uji Validitas

Pengujian validasi merupakan salah satu uji yang berfungsi untuk menentukan keakuratan suatu instrument pada sebuah pengukuran valid tidaknya sebuah kuesioner pada saat memberikan suatu informasi/data tentang apa yang ingin diukur di dalam kuesioner.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas berfungsi untuk melihat *koefisien Cronbach alpha* di dalam sistem SPSS, apabila dalam suatu program penilaian *Cronbach alpha* terdapat > dari nilai 0,6 dengan itu di nyatakan *reliable*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas yaitu suatu alat uji dan akan dipakai untuk melihat dengan model regresi, apabila asumsi tidak dapat dilakukan, dengan itu suatu uji dapat dinyatakan tidak valid terhadap sample kecil. Maka dari itu ada beberapa cara untuk melihat sebuah residual tersebut berdistribusi normal atau tidak nya, yaitu menggunakan sebuah analisa grafik normal P-P (*plot of regression standardized residual*) serta uji statistic one sample *Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan tertentu.

1. Apabila nilai probabilitas > 0,05 maka distribusii pada model regresi normal
2. Apabila nilai probabilitas < 0,05 maka distribusii pada model regresi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu uji dapat digunakan untuk menepatkan secara akurat pada suatu model regresi ada interkolerasi atau kolinearitas pada variabel independent (Variabel bebas). Cara melihat terbukti atau tidak nya gejala multikolinearitas umumnya dapat di lihat melalui nilai VIF dan tolercance, bila tolerance > dari nilai 0,10 atau VIF < dari 10 maka akan dinyatakan tidak terjadinya multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji dapat dinilai dengan ketidaksamaan variable dan herfungsi untuk melihat suatu perbedaan *Variance* residual untuk semua analisa terhadap model regresi linear, gejala heteroskedastisitas mungkin di deteksi dengan menggunakan suatu program yaitu SPSS V.23 dan terdapat beberapa kriteria dalam pengambilan keputusan.

3. Pengujian Model Statistik

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisa regresi Linear berganda bertujuan mengukur pada keadaan antara suatu kerja sama dapat dinyatakan baik atau tidak nya variable independent pada variable dependent dan berfungsi mengetahui apakah variable independent dapat berpengaruh pada variable dependent. Pelatihan ini memakai model regresi ganda (*multiple regression*).

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

Keterangan :

Y : Variable Dependent

a : Nilai Konstanta

X₁ : Variable Independent Pertama (Budaya Organisasi)

X₂ : Variable Independent Kedua (Kompetensi Kerja)

X₃ : Variable Independent Ketiga (Stress Kerja)

b₁, b₂, b₃ : Koefisien Regresi Pertama

ε : Error

b. Uji Korelasi

Pengaruh Kurniawan, menyatakan bahwa: “ multi corelation ialah suatu Analisa statistika memiloki fungsi untuk mengelarkan suatu persamaan yang telah ada di 3 variabel atau berlebih”.

padangan (sugiono 2017, p.284) merumuskan uji koefisien korelasi yaitu.

Rumus :

$$r_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

Keterangan :

Y = Kepuasan kerja Karyawan

X1 = Budaya Organisasi

X2 = Kompetensi Kerja

Dengan kesimpulan :

R = 0 = Tidak memiliki hubungan dengan kedua variabel

R = 1 = hubungan yang sangat kuat

c. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut Kurniawan (2019, p.31) menyatakan bahwa : “uji yang bertujuan untuk menilai berapa besar pengaruh suatu variabel dependent didapat terangkan pada perubahan atau variasi dari variabel independen”. Adapun rumus koefisien determinasi pada 2 variabel independent sebagai berikut.

$$R^2 = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (ryx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}}$$

4. Uji Hipotensis Penelitian

a. Uji T

Uji t merupakan uji yang mempunyai tujuan untuk melihat berapa besar nya atau berapah banyak pengaruh suatu variabel independent pada variabel dependent.

Terdapat rumus Uji T :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : (Sugiyono 2016, p 65)

Keterangan :

r = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

t = thitung yang selanjutnya dibandingkan dengan ttabel

b. Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk melihat pada variabel independen yang telah ada didallam model berrpengaruh secara simultan atau tidak terhadap variabel dependent.

Terdapat rumus Uji F :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sumber : (Sugiyono 2016,p 65)

Keterangan :

Fh = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel

R = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah anggota sampel

IV. HASIL

1. Statistik Deskriptif

Tabel IV.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minim um	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
X1	92	28.00	50.00	43.3370	3.66233
X2	92	31.00	50.00	42.7391	4.12409
X3	92	32.00	50.00	41.6848	4.51111
Y1	92	29.00	50.00	43.4022	4.83817
Valid (listwise)	N 92				

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS 24

Pada data table IV.2 yang telah didapat dari hasil sebagai berikut :

- Pada variabel Budaya Organisasi (X1)hasil yang telah diterima dari data tabel di atas untuk memiliki nilai paling terendah yaitu 28. Untuk nilai tertinggi pada data table diatas yaitu 50, untuk nilai *mean* pada data diatas yaitu 43.3370 dan untuk nilai dari standar deviasi pada data tabel diatas yaitu 3.66233.
- Pada variabel Kompetensi Kerja (X2) hasil yang telah diterima dari data tabel diatas yaitu untuk memiliki nilai terendah yaitu 31, untuk nilai data tabel di atas yang memiliki nilai tertinggi yaitu 50, untuk nilai *mean* data tabel di atas yaitu 42.7391 dan untuk nilai deviasi pada data tabel diatas yaitu 4.12409.
- Pada variabel Stress Kerja (X3) hasil yang diterima dari data tabel diatas yaitu untuk memiliki nilai paling terendah yaitu 32, untuk nilai data tabel diatas yang memiliki nilai tertinggi yaitu 50, untuk nilai *mean* pada tabel diatas 41.6848, dan untuk nilai devisiasi pada data tabel diatas yaitu 4.51111.
- Padda variabel Kepuasan Kerja Karyawan (Y) hasil yang diterima dari data tabel diatas yaitu untuk memiliki nilai paling terendah yaitu 29, untuk data tabel diatas yaitu yang memiliki nilai data paling tinggi 50, untuk data *mean* pada tabel diatas memiliki nilai 43.4022 dan untuk nilai deviasi pada tabel diatas memiliki nilai 4.83817.

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item
Budaya Organisasi	.726	11
Kompetensi Kerja	.747	11
Stress Kerja	.736	11

2. Uji

Kepuasan Kerja	.767	11	Reliabilitas
----------------	------	----	---------------------

hasil dari Uji Reliabilitas pada variabel Budaya Organisasi memperoleh hasil Cronbach's Alpha yaitu 0,726, maka dapat dilihat pada uji data yang ada dapat dinyatakan hasil nilai $>$ terhadap 0,60 ($0,726 > 0,060$) yang dapat diartikan suatu informasi yang telah didapat kepada karyawan pada Budaya Organisasi reliabel, Uji Reliabilitas Kompetensi Kerja yang telah diterima dan didapat pada hasil Cronbach's Alpha yaitu 0,747. Maka dengan itu memiliki nilai $>$ terhadap 0,060 ($0,747 > 0,060$) maka dapat diartikan data yang telah diberikan kepada karyawan pada Kompetensi Kerja adalah Reliabel. Reliabilitas, Stress kerja memperoleh hasil Cronbach's Alpha 0,736. Hasil dari nilai yang telah diterima dari tabel diatas $>$ dari 0,60 ($0,736 > 0,060$) yang diartikan bahwa data yang telah diberikan karyawan mengenai Stress kerja adalah reliabel, reliabilitas Kepuasan kerja karyawan, hasil yang telah diterima pada saat uji reliabilitas terhadap kepuasan kerja karyawan akan memperoleh Cronbach's Alpha 0,767. Maka hasil dari nilai yang telah diterima $>$ dari 0,060 ($0,767 > 0,060$) dan diberikan pendapat bahwa data yang telah diberikan pada karyawan yaitu reliabel.

3. Uji Validitas

- a. Faktor Budaya Organisasi (X1) yang menunjukkan nilai uji validitas pada indikator valid untuk digunakan, tidak ada hasil variabel yang memiliki nilai dibawah rtabel 0,2061 maka itu pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid dalam melakukan penelitian ini.
- b. Faktor Kompetensi (X2) menunjukkan hasil uji validitas terhadap indikator yang valid dan digunakan, tidak ada nilai variabel untuk memiliki nilai dibawah rtabel ialah 0,2061 maka itu pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid dalam melakukan penelitian ini.
- c. Faktor Stress Kerja (X3) menunjukkan hasil uji validitas pada indikator valid untuk digunakan, tidak ada nilai variabel yang memiliki nilai dibawah rtabel ialah 0,2061 maka itu pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid dalam melakukan penelitian ini..
- d. Faktor Kepuasan Kerja (Y) menunjukkan hasil uji validitas untuk semua indikator valid untuk digunakan, tidak ada nilai variabel yang memiliki nilai dibawah rtabel ialah 0,2061 maka itu pertanyaan tersebut dapat dibuktikan valid dalam melakukan penelitian ini..

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel IV.48 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

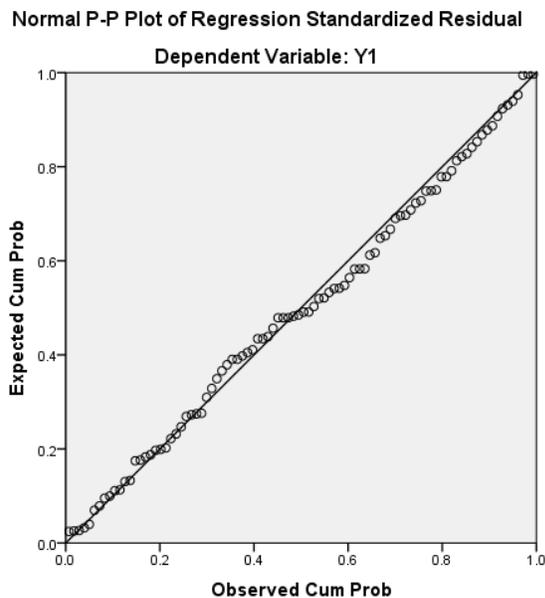
			Unstandard ized Residual
N			92
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	.0000000
		Std. Deviation	3.4144090 8
		Most Extreme Differences	
		Absolute	.064
		Positive	.064
		Negative	-.060
Test Statistic			.064
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

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

Sumber : Data olahaan SPSS 24

Dari hasil uji tabel di atas terdapat Asymp.sig (2-tailed) dengan mempunyai nilai sebesar 0,200. Pada nilai yang didapat pada hasil > terhadap nilai syarat 0,05, dan dari itu informasi yang didapat terdistribusi normal, begitu dapat disimpulkan dari nilai residual pada persamaan regrasi akan dinyatakan terdistribusii normal. Berikut dibawah ini adalah gambaran dari hasil normalitas probability plot (P-plot) dengan memakai sistem SPSS 24 :

Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas Probability Plot



Sumber : Data Hasil Olahaan SPSS 24

Hasil gambar diatas yang berupa hasil yang telah didapat dari hasil pengujian normalitas dengan menggunakan bentuk metode grafik, yang merupakan metode normalitas probabillity plot (p-plot). pada contoh diatas dapat menunjukkan bahwa informasi dapat tersebar diareaa garis diagonal dan dapat mengikuti arahan dari gariis diagonal dan jugaa tidak berpencar jauh terhadap garis lurus,

b. Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.118	4.474		.473	.637		
	X1	.492	.172	.373	2.858	.005	.329	3.035
	X2	.378	.151	.322	2.505	.014	.339	2.947
	X3	.091	.097	.085	.938	.351	.679	1.473

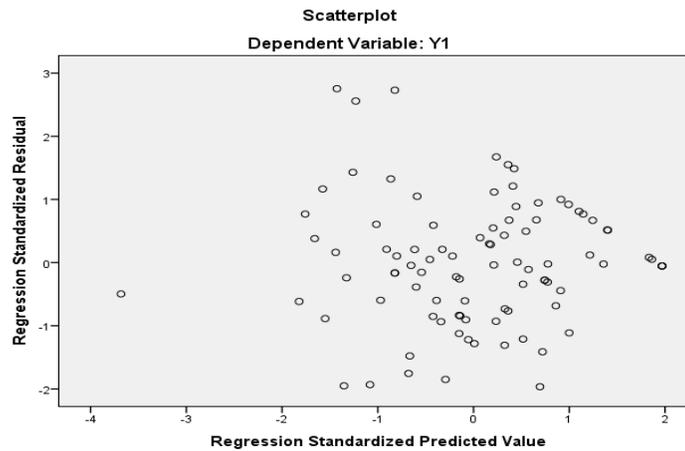
a. Dependent Variable: Y1

Dari data table diatas dapat dicek pada hasil tolerance sebesar 0.05 and VIF > pada 0,05 pada setiap variabel. Dan dapat menunjukkan bahwa hasil tersebut pada Budaya Organisasi bernilai 0.329, Kompetensi Kerja 0.339 dan stress Kerja 0,679, dengan itu untuk nilai VIF untuk Budaya Organisasi sebesar 3,035, Kompetensi Kerja 2,947 dan stress kerja bernilai 1,473.maka dengan itu hasil ini dapat dibuat kesimpulan dengan memiliki nilai hasil pengujian tidak terjadi multikolonieritas ssehingga informasi dari karya ilmiah tersebut baik digunakan dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas ini biasa digunakan untuk menguji untuk model atau bentuk pengaruh/regresi yang telah diberikan sebuaj bukti akan terjadinya ketidak samaan terhadap variasi residual dari setiap pengamatan dari sat uke pengamatan lain nya.

Gambar VI.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



5. Pengujian Hipotensis

a. Uji T

Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance
B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	2.118	4.474		.473	.637		
X1	.492	.172	.373	2.858	.005	.329	3.035
X2	.378	.151	.322	2.505	.014	.339	2.947
X3	.091	.097	.085	.938	.351	.679	1.473

a. Dependent Variable: Y1

- a. Pengaruh variabel Budaya Organisasi pada Kepuasan Kerja karyawan. Dari nilai pengujian statistic t pada table diatas dapat menunjukkan bahwa variabel independen yaitu terdiri atas budaya organisasi yang memiliki Thitung 2.858 menunjukkan nilai lebih besar ($>$) 1,98698 pada hasil yang akurat $0,005 <$ dari pada alpha 0,05 ($0,005 < 0,05$). Maka dari itu terbukti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan diartikan variabel Budaya organisasi memiliki dampak/efek yang positif serta signifikan terhadap variabel kepuasan kerja karyawan.

- b. Pengaruh Variabel Kompetensi Kerja pada Kepuasan kerja karyawan Dari hasil pengujian statistic T pada table diatas yang menunjukkan pada variabel independent termasuk kedalam Kompetensi yang memiliki Thitung 2,505 menunjukkan hasil > dari 1,98698 pada hasil yang akurat yaitu 0,014 > pada nilai alpha 0,05 (0,014 > 0,05). Maka dengan itu dapat terbukti bahwa Ha ditolak dan Ho diterima, dengan artinya variabel Kompetensi kerja tidak berdaampak/efek secara signifikan terhadap variabel Kepuasan kerja karyawan.
- c. Pengaruh Variabel Stress kerja pada Kepuasan kerja karyawan Dari hasil pengujian statistic T pada table diatas yang menunjukkan pada variabel independent yaitu terdiri atas Stress kerja yang memiliki Thitung 0,938 yang menunjukkan < dari pada 1,98698 untuk nilai signifikan yaitu 0,351 > terhadap hasil alpha 0,05 (0,351 > 0,05). Maka itu dapat dibuktikan Ha ditolak dan Ho diterima, artinya variabel Stress kerja tidak terpengaruh secara signifikan dalam sebuah perubahan variabel Kepuasan kerja karyawan.

b. Uji F

Tabel IV.51 Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1079.723	3	359.908	30.152	.000 ^b
	Residual	1050.396	88	11.936		
	Total	2130.120	91			

a. Dependent Variable: Y1

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

Dilihat pada table diatas dalam nilai hitung akan dinilai pada nilai Fhitung 30,152 > dari pada F tabel dengan memiliki nilai sebesar 2,47 yang memiliki nilai keakuratan sebesar 0,000<0,05. Maka itu, menunjukkan nilai dari tiga variabel independent yang ada pada Budaya Organisasi (X1), Kompetensi (X2) dan Stress kerja (X3). Pada analisis diatas yang ditunjukkan dengan diartikannya Fhitung > dari Ftabel maka dengan itu mempunyai sebuah pendapat bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang artinya variabel independent mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel IV.52 Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	.712 ^a	.507	.490	3.45490
---	-------------------	------	------	---------

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

Sumber : Data Hasil Olahaan 24

Dengan data hasil nilai koefisien korelasi (R^2) hasil uji diatas yaitu 0,712 *Rsquare* (R^2) yaitu 0,507 dan Adjusted R^2 memiliki nilai 0,490. Hal ini menunjukkan pada variabel dependen Kepuasan Kerja Karyawan yang didapat dan didefinisikan oleh variabel independen Budaya Organisasi, Kompetensi dan Stress kerja yaitu 66,5 % dan dapat ditunjukkan pada variabel yang berada diluar analisis yang tidak termasuk kedallam penelitian ini dalam penelitaan ini.

V. KESIMPULAN

berdasarkan dari analisis data analisa akan dilakukan oleh peneliti, dan dapat ditarik sebuah kesimpulan terhadap Pengaruh Budaya Organisasi, Kompetensi Kerja, Stress Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Citra Karunia Sukses:

1. Pada hasil pengujian Budaya Organisasi (X1) terdapat hasil yang signifikan pada kepuasan kerja karyawan (Y). Perihal itu dapat ditunjukkan terhadap jumlah uji parsial (t) yang mengenai variabel Budaya Organisasi yang msemiliki nilaiThitung $0,005 < 0,5$ serta memiliki Thitung $2,858 > 1,98698$ dengan artinya H_0 ditolak dan H_a diterima,
2. Pada hasil data Kompetensi Kerja (X2) terdapat hasil yang akurat pada kepuasan kerja karyawan (Y). Peruhal itu dapat ditunjukkan terhadap jumlah uji parsial (t) yang terjadi terhadap variabel kompetensi yang memiliki nilai Thitung 2,505 yang menunjukkan $>$ dari 1,98698 untuk nilai akurat yaitu ($0,014 > 0,05$). Maka dari pada ini dapat dinyatakan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima.
3. Pada hasil pengujian Stress Kerja (X3) terdapat hasil yang signifikan pada kepuasan kerja karyawan (Y).perihal itu dapat ditunjukkan terhadap nilai uji parsial (t) yang mempunyai variabel kompetensi dengan memiliki nilai Thitung 0,938 yang menunjukkan $>$ dari pada 1,98698 untuk nilai keakuratan yaitu ($0,351 > 0,05$). Maka itu demikian dinyatakan H_a ditolak dan H_0 diterima.
4. Pada hasil pengujian hasil uji f mengenai variabel independen Budaya Organisasi, Kompetensi kerja, Stress kerja pada Variabel dependen Kepuasaan Kerja Karyawan pada PT Citra Karunia Sukses yang menunjukkan bahwa mempunyai nilai Fhitung mempunyai hasil 30,152 yang dimilikii nilai probabilitas signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan akan ditarik pendapat bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang memiliki variabel independent mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

(Widiyanto & Wibowo, 2021) Wibowo, FX. P., & Widiyanto, G. (2019a). Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi

- Pada Perusahaan Tom's Silver Yogyakarta. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2).
<https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.170>
- Gunawan, I., Kusnawan, A., Hernawan, E. (2021). Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(3), 1.
- (Kusnawan, 2018), Kusnawan, A. (2018). Analisis Pengaruh Kegiatan Promosi Terhadap Ekuitas Merk Universitas Buddhi Dharma Di Kalangan Mahasiswa (Survei pada mahasiswa program Studi Manajemen). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 1.
<https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.52>
- Soetrisno, A. P., & Gilang, A. (2018). PENGARUH KOMPETENSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Bandung). *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i1.998>
- Tholok, F. W., Santosa, S., & Janamarta, S. (2019). Studi Ketertarikan Masyarakat Terhadap Penggunaan Aplikasi Tangerang Live (Pendekatan Pada Teori Skala SERVQUAL). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 1. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.165>
- Handoko. (2019). manajemen sumber daya manusia. J. of C. I. and Modeling. Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.
- Diana, Silaswara. & R. Parameswari. & Kusnawan, A. & Hermawan, E. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yo Ceng Giap, Ed.; 1st ed.). Pustaka Kreasi Mandiri.
- Inova, M., & Jayanti, R. D. (2019). Pengaruh Kompetensi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Maan Ghodaqo Shiddiq Lestari Jombang. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.338>
- Satrio, A. (2019). *Pengaruh Kompetensi, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Siantar Top, Tbk Sidoarjo*. <http://eprints.ubhara.ac.id/465/>
- Isnanto, Taufik., Indrawati Mei, Muninghar. Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Locus Of Control, Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai, dan Kepuasan Kerja Sebagai Intervening. *JJM Online* Vol. 4 No. 5. Universitas Wijaya Putra, 2020.
- Darmawan, Didit. Peranan Motivasi Kerja, Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja. Vol. 2 No. 3, 2016.
- Hidayat, Rahmat., Chandra, Teddy., Panjaitan, HP. Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi Kerja, dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Pada SPBU di Kabupaten Rokan Hilir. Fakultas Bisnis Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia. Pekanbaru, 2018.

Pengaruh Minat, Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Organik Md Pada PT. Wahana Mutiara Agromedica

Wilyanto^{1)*}, Toni Yoyo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹ wilyanto.boys88@gmail.com

²⁾toni.yoyo1128@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Minat 1
Merek 2
Kualitas Produk 3
Keputusan Pembelian 4

Abstrak

“Berdasarkan analisis korelasi antara hasil penelitian variabel minat yang berdampak pada keputusan pembelian dilihat dari koefisien korelasi sebanyak 0,795, serta korelasi antara variabel merek dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebanyak 0,710, dan untuk hubungan antara variabel kualitas produk dalam keputusan pembelian bisa dilihat ddari nilai koefisien korelasi sebanyak 0,770, dapat dikatakan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang cukup kuat. Berdasarkan nilai koefisien korelasi dari simulasi yaang menunjukkan nilai sebanyak 0,836. Hal ini dapat memiliki dampak yang sama kuatnya pada variabel minat, merek, dan kualitas produk dalam keputusan pembelian. Bisa seperti yang dilihat dari angka probabilitas dampak minat, merek, kualitas produk dapat berpengaruh pada keputusan pembelian produk beras organik MD jika $0,000 < 0,05$ apabila probabilitas $\leq 0,05$ akan memiliki dampak yang signifikan antara tiga variabel itu. Dan nilai signifikan 0,000 menunjukkan bahwa korelasi antara ketiga variabel tersebut signifikan artinya H_0 ditolak dan H_a diterima”.

“74.339 digunakan untuk uji F model 1. Jika 2.70 lebih besar dari F_{tabel} , maka. Dengan demikian, H_0 diabaikan dan H_a diterima, menunjukkan model regresi yang masuk akal dan logis serta pengaruh minat, merek, dan kualitas produk terhadap pembelian beras organik MD”.

“Uji-t menunjukkan bahwa minat memiliki t-hitung sebesar 4,210, merek memiliki t-hitung sebesar 1,698, dan kualitas produk memiliki t-hitung sebesar 3,561. Hal ini menunjukkan bahwa minat dan kualitas konsumen berpengaruh terhadap pembelian produk”.

I. PENDAHULUAN

Kebutuhan dasar sebagai manusia adalah makanan. Pangan sendiri merupakan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi dalam rangka menjaga kelangsungan hidup dan juga merupakan hak asasi manusia, apapun bentuk dan substansi yang diterima di dalamnya. Menyusutnya lahan pertanian dan perkebunan akibat pertumbuhan infrastruktur dan perumahan tidak dapat dipisahkan dari penurunan kapasitas produksi pangan Indonesia. Akibatnya, jika Anda tidak menemukan strategi yang tepat untuk mengatasinya sekarang, krisis pangan bisa berkembang di masa depan. Jika masyarakat memahami dan kembali mengelola sektor pertanian dan perkebunan untuk terus dapat menghasilkan pangan yang sehat dan bergizi, maka krisis pangan dapat dihindari.

Di tengah persoalan komponen makanan yang tidak sehat, beberapa organisasi masyarakat bekerja untuk menghidupkan kembali hasil pertanian organik, yang merupakan jawaban alternatif bagi individu yang membutuhkan makanan yang baik dan bergizi. Diakui bahwa ada lebih banyak keuntungan makan nasi organik daripada nasi biasa, yang mungkin terbuat dari berbagai butir beras.

Konsumen memilih untuk membeli beras biasa daripada beras organik karena mereka yakin manfaat kesehatan yang akan mereka rasakan dari beras biasa lebih besar daripada manfaat kesehatan yang akan mereka rasakan dari beras organik (Hernawan et al., 2019). Demikian pula, jika kualitas layanan produsen beras tidak sama dengan produk mereka, itu juga tidak akan menjadi masalah.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Minat

Bersifat pribadi dan terkait dengan pekerjaan orang yang tertarik pada produk atau jasa memiliki kekuatan atau dorongan untuk terlibat dalam berbagai kegiatan untuk memperoleh atau memiliki produk.

“Menurut (Ferdinand, 2016,) “dalam skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Pada Villa Triviona di PT. Aek Nauli Medan menyatakan bahwa”:

“Minat dapat diartikan sebagai perilaku konsumen dimana konsumen memiliki hak untuk membeli atau mengkonsumsi produk merek lain yang disukainya dengan imbalan pembayaran.”.

“Menurut (Engel dan Nih Luh Julianti ,2014,) “dalam skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Pada Villa Triviona di PT. Aek Nauli Medan”.

“Minat ini adalah kekuatan yang secara sukarela, alami, mudah, tanpa paksaan, yang mendorong kita untuk secara selektif memperhatikan produk dan membuat keputusan pembelian.”.

Merek

“Merek adalah tuntutan psikologis dan toleransi yang dipertimbangkan orang ketika memahami merek suatu perusahaan yang melambangkan karakter luar dari suatu produk atau layanan,” komentar Kotler & Keller (Saleh, 2018, 5).

Tjiptono (Rully Nasution 2019, 14) mengatakan bahwa merek adalah cara konsumen mempersepsikan suatu produk atau jasa dan bagaimana persepsi itu tercermin dalam nama perusahaan.

“Dengan kata lain, pelanggan lebih cenderung untuk memperoleh barang dan jasa dengan identitas merek yang kuat daripada mereka yang tidak,” tulis Sutojo (Saleh 2018, hlm. 5).

Kualitas Produk

Menurut (Alvin Aprian & Hidayat, 2018), “segala sesuatu yang dapat disajikan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi permintaan atau kebutuhan konsumen dianggap sebagai jenis barang yang dapat dipasarkan”.

Dalam perkataan Kotler dan Armstrong (Rudy Haryanto, 2020), “Kualitas produk adalah kapasitas untuk menyelesaikan tugasnya, termasuk daya tahan keseluruhan, pengerjaan, kebenaran, kesederhanaan penggunaan, dan peningkatan produk serta aspek produk lainnya”.

“Kualitas produk adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan barang, orang atau tenaga kerja, proses dan kegiatan, serta lingkungan, menurut Sonny Santosa (2010:14). Kondisi ini harus memenuhi atau melampaui harapan konsumen”.

Keputusan Pembelian

“Menunjukkan jika pilihan pembelian menciptakan perilaku pelanggan untuk mencapai barang yang diinginkan,” tulis Kotler dalam Kholidah dan Arifiyanto (2020:10).

Boyd, dkk. (dalam Febrianto, 2019:26) mengklaim bahwa memilih produk atau merek untuk dibeli adalah proses mental yang sama dengan melakukan pembelian konsumen.

III. METODE

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis mengenai pengaruh Minat, Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian untuk membuat deskripsi atau gambaran secara detail dan karakteristik yang tepat terkait dengan fenomena yang diteliti. Saat mempertimbangkan masalah yang sedang dibahas dengan metode yang digunakan adalah metode penelitian survei, dengan cara ini, data dikumpulkan dari setiap responden melalui pernyataan.

Objek Penelitian

Objek yang akan dipergunakan oleh penulis adalah PT. Wahana Mutiara Agromedica sebagai perusahaan supplier produk pangan organik sejak tahun 2007 yang didirikan oleh Bpk.

Nico Stevanus selaku Presiden Direktur, dengan nama merek produk yang dikenal sebagai MD Organik, dan telah menghasilkan berbagai produk pangan organik guna membantu alam untuk meningkatkan kualitas pangan di Indonesia. MD Organik diproduksi oleh gabungan kelompok tani dari Jawa Tengah dengan menerapkan proses sistem tanam yang telah teruji dan telah bersertifikat provider dari Lembaga Sertifikat Pangan Organik (INOFICE).

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu data primer yang diambil langsung dari subjek penelitian atau dari PT. Wahana Mutiara Agromedica yang mendistribusikan survey kepada pelanggan berupa toko dari PT. Wahana Mutiara Agromedica, dan data sekunder, yang diambil dari kamus atau sumber lain.

Populasi dan Sampel

Estimasi populasi (Sugiyono 2017, 80) Populasi adalah konsep umum yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang yang menunjukkan ciri-ciri atau ciri-ciri tertentu, yang dipilih peneliti untuk diteliti sebelum membuat penilaian.

Sampel menurut (Sugiyono, 2017, 136) sampel merupakan sebagian populasi yang wajib mewakilkan dalam hal kualitas ataupun ukuran agar bisa dianggap mewakilkan populasi.

Dalam pengambilan sampel metode yang digunakan pada peneliti adalah menggunakan 100 responden dengan metode *random sampling* yang ditentukan dengan memperhitungan menggunakan metode *random sampling* sebagai pengambilan sampel probabilitas setiap konsumen berupa toko dalam keseluruhan yang berada diarea Jabodetabek yang berkesempatan yang sama sebagai perwakilan populasi yang dilakukan secara acak dan tidak berurutan.

Tehnik Pengumpulan Data

Penelitian tersebut akan menggunakan observasi, wawancara, dan angket.

Tehnik Analisi Data

Data survei yang komprehensif dikumpulkan dari temuan survei menggunakan teknik analisis data, dan perangkat lunak SPSS digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasinya.

1. Uji Validitas

“Dalam penelitian kuantitatif, pendekatan analisis data yang digunakan bersifat eksplisit dan metode analisis data berusaha menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya,” menurut (Sugiyono 2017, 243)

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang memberikan data *Cronbach's Alpha* yang sama ketika uji berulang kali dalam kelompok yang sama, dengan asumsi *Cronbach's Alpha* > 0,06 bahwa responden tidak mengalami perubahan atau konsisten Menurut (V. Wiratna Sujarweni 2015, 192).

3. Model Statistik

a. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan ketika dua atau lebih variabel independen merupakan faktor yang meningkatkan nilai variabel dependen, menurut Sugiyono (2017, 305), untuk memperkirakan pasang surut tersebut.

b. Uji Korelasi Berganda

Digunakan ketika ada beberapa variabel independen dan satu variabel dependen, R bervariasi dari 0 hingga 1 jika hubungan antar variabel menjadi lebih lemah ketika nilai R mendekati 1 Korelasi Y yang bisa berpengaruh dari tiga variabel ditentukan dengan menggunakan korelasi berganda dalam penelitian ini.

c. Koefisien Determinasi (R²)

“Koefisien determinasi (R²) terutama digunakan untuk menguji kapasitas yang dimiliki model dalam menjelaskan variabel dependen.” menurut (Imam Ghozali 2018, 97).

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji-t ini memungkinkan kita untuk mengevaluasi pengaruh kepada variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Derajat kebebasan (df) didefinisikan sebagai $(K - 1) (n - k)$, dimana n adalah jumlah observasi atau sampel dan k adalah jumlah variabel yang digunakan untuk

menghitung nilai F tabel (Pandoyo dan Sofyan 2018 , 261).

IV. HASIL

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

1. Variabel Minat (X1)

Tabel 4. Indikator	Nilai rhitung	Nilai r tabel	Ket
1	0,444	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
2	0,542	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,670	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,535	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,493	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,507	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,424	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,582	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,531	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,674	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000

- Tabel total dari item statistik menunjukkan hasil validasi untuk 10 pernyataan.
- r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 3 dari variabel yang diteliti sehingga memperoleh nilai r tabel sebesar 0,1975.
- Untuk membandingkan r aritmatika dengan r tabel, output dan tabel harus memiliki setidaknya 1 korelasi.

b. Uji Reliabilitas

1. Variabel Minat (X1)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.727	.732	10

Tabel keyakinan di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan memiliki nilai alfa Cronbach di atas 0,6, yang menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Temuan dari SPSS dapat dipercaya, dan koefisien kepercayaan adalah 0,727, yang sangat baik dan dapat diandalkan.

2. Variabel Merek (X2)

Indikator	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket
1	0,698	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
2	0,55	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,735	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,549	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,448	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,529	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,454	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,54	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,598	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,553	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
Merek (X2)	1		valid

- Tabel total dari item statistik menunjukkan hasil validasi untuk 10 pernyataan.
- r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 3 dari variabel yang diteliti sehingga memperoleh nilai r tabel sebesar 0,1975.
- Untuk membandingkan r aritmatika dengan r tabel, korelasi antara output dan tabel harus minimal 1.

2. Variabel Merek (X2)

Tabel 4. 1
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.766	.766	10

Alpha Cronbach di atas 0,6 dalam semua pernyataan menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi. Koefisien kepercayaan adalah 0,766, sehingga hasil SPSS dapat diandalkan.

3. Variabel Kualitas Produk (X3)

Indikator	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket
1	0,539	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
2	0,611	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,640	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,545	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,516	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,511	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,548	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,502	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,572	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,672	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
Kualitas Produk (X3)	1		valid

- a. Tabel total dari item statistik menunjukkan hasil validasi untuk 10 pernyataan.
- b. r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 3 dari variabel yang diteliti sehingga memperoleh nilai r tabel sebesar 0,1975.
- c. Untuk membandingkan r aritmatika dengan r tabel, output dan tabel harus memiliki setidaknya 1 korelasi.

3. Variabel Kualitas Produk (X3)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.765	10

Alpha Cronbach di atas 0,6 dalam semua pernyataan menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi. Koefisien kepercayaan adalah 0,757, sehingga hasil SPSS reliabel.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Indikator	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Ket
1	0,489	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
2	0,493	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,563	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,648	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,559	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,404	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,546	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,473	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,483	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,591	0,1975	valid dengan nilai sig 0,000
Keputusan Pembelian (Y)	1		valid

- Tabel total dari item statistik menunjukkan hasil validasi untuk 10 pernyataan.
- r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 3 dari variabel yang diteliti sehingga memperoleh nilai r tabel sebesar 0,1975.
- Untuk membandingkan hasil r hitung dengan r tabel, jumlah korelasi antara item dalam *output* dan r tabel 0,1975 harus lebih besar atau sama dengan 1.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.706	.710	10

Tingkat ketergantungan yang cukup tinggi ditunjukkan dengan nilai cronbach's alpha yang lebih besar dari 0,6 pada semua pernyataan yang termasuk dalam tabel kepercayaan yang terletak di atas. Karena itu, seseorang dapat mencapai kesimpulan bahwa 0,706 adalah koefisien kepercayaan yang baik dan dapat diandalkan, dan bahwa hasil yang diperoleh dari SPSS dapat diandalkan.

1. Uji Hipotesis

• Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.288	2.195		2.865	.005
Minat.X1	.398	.094	.419	4.210	.000
Merek.X2	.138	.081	.153	1.698	.093
KualitasProduk.X3	.295	.083	.334	3.561	.001

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian.Y

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 18

Dari hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa T_{hitung} memiliki nilai 2,865 dan memiliki perhitungan T_{tabel} 1,660. Apabila perhitungan $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_a dari variabel minat (X1), dan kualitas produk (H3) itu diterima, sedangkan variabel merek (X2) tidak diterima dikarenakan $< T_{tabel}$.

• Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	580.485	3	193.495	74.339	.000 ^a
Residual	249.875	96	2.603		
Total	830.360	99			

a. Predictors: (Constant), KualitasProduk.X3, Merek.X2, Minat.X1

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian.Y

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 18

Dari hasil pengujian *Anova* tersebut dapat dinyatakan bahwa:

- “Hasil uji F Anova model 1 adalah 74.339 dengan taraf signifikansi 0,000 (0,000 0,050). Minat, merek, dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara linier”.
- “F hitung > F tabel itu diterima, nilai sig < 0,5 diterima”.

V. KESIMPULAN

1. Minat konsumen dalam pembelian produk beras organik saat ini diketahui secara bersama-sama dipengaruhi oleh faktor minat, merek, dan kualitas produk, namun hanya faktor minat dan kualitas produk yang signifikan terhadap minat beli. Dan konsumen sudah yakin akan manfaat dan kualitas produk beras organik serta memungkinkan terpengaruh dengan tidak memperhatikan merek beras organik.
2. Variabel merek berperan cukup baik dalam memberikan dampak positif, namun tidak begitu penting dalam mempengaruhi responden dan konsumen dalam hal pembelian beras organik.
3. Analisis penulis menunjukkan bahwa kualitas produk beras organik MD berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa responden mengetahui kualitas produknya. Semakin tinggi kualitas produk, semakin banyak orang akan membeli beras organik MD dan mempercayainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Oktavia, E. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Mayora Indah TBK. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma.
- Regina. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma.
- Agustin, H. N. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Anugrah Jaya Trima. Tangerang. Oktaviani, Dinda., 2022., Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Produk Skincare Mustika Ratu PT. Mustika Ratubuana Internasional.
- Santosa, Sonny., 2019., Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT. PARAGON TECHNOLOGY AND INNOVATION., Vol. 2 No. 3.
- Santosa, Sonny., 2010., Penerapan Customer Relationship Marketing serta Kualitas Produk untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan, Jurnal Manajerial Vol. 2.
- Canjaya, C. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada PT. Argo Pantas TBK. Tangerang.
- Haryanto, R. (2020)., Manajemen Pemasaran Bank Syariah., Duta Media Publishing
- Alvin Aprian, B., & Hidayat, A. (2018)., eCo-Buss Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo Pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama., Tangerang.
- Firmansyah, A. (2019)., Pemasaran Produk dan Merek (Planning and Strategy)., Penerbit Qiara Media.
- Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai alfamidi taman royal tangerang., Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis -Vol. 16. No. 3 (2018), 3, 1-8.
- Hernawan, E., AgusKusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM.*
- Kusnawan, Agus, Andy, Eso Hernawan, Diana Silaswara, T. S. (2020). The Effect of Digital Payment to Millennial Consumer Purchase Decision. TEST Engineering & Management Magazine, 82 (25 January 2020), 5116-5129.
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. Tangerang.
- Lesmana, Jessica Clara., Andy. (2022)., Pengaruh Harga, Variasi, dan Kualitas Produk pada Keputusan Pembelian Produk Pakaian Wanita Melalui Shopee (Studi Kasus Di Kota Tangerang).
- Selly, & Sutrisna., (2022)., Pengaruh Suasana Toko, Kesadaran Merek, dan Pembayaran Digital terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada PT. Cara Loe Buat Kopi "Kopi CLBK").

- Crismon., Elisa & Andy., (2022)., Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti Viva *Bakery*, Total Persada – Tangerang.
- G. Widiyanto, sugandha, Hendra, Rinintha parameswari, A. K. (2020). *The Role of Communication, Product Knowledge, Creativity and Empathy to Increase Purchase Interest*. 783, 783 – 796.
- Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 16. No. 3 (2018)*, 3, 1– 8.

Pengaruh Budaya Organisasi Komitmen Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan pada PT Duta Modernpack Jaya

Evans Mantovani^{1)*}, Nana Sutisna²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾evansmantovani11@gmail.com

²⁾sutisna.nana1966@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Budaya Organisasi
Komitmen Organisasi
Lingkungan Kerja
Loyalitas Karyawan

ABSTRAK

Riset ini ditujukan dalam menganalisa pengaruh budaya organisasi, komitmen organisasi dan lingkungan kerja kepada loyalitas karyawan di PT. Duta Modernpack Jaya. Metode kuantitatif dipergunakan pada riset ini. Jumlah populasi yang menjadi sampel ialah 130 narasumber didapat dari pegawai di PT. Duta Modernpack Jaya. Diperoleh $R Square$ sejumlah 0,740 maka pengaruh budaya organisasi, komitmen organisasi, dan lingkungan kerja kepada loyalitas pegawai sebesar 74% sedangkan 26% dipengaruhi oleh faktor lain, t_{hitung} budaya organisasi sebesar 3,135, t_{hitung} komitmen organisasi sebesar 6,295, t_{hitung} lingkungan kerja sebesar 3,536 > t_{tabel} 1,657 dengan signifikan budaya organisasi sejumlah 0,002, komitmen organisasi sejumlah 0,000, lingkungan kerja sejumlah 0,001 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Untuk f_{hitung} sebesar 119,500 dan f_{tabel} adalah 2,68, apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu 119,500 > 2,68 dan probabilitas sejumlah 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kesimpulannya bahwa budaya organisasi, komitmen organisasi, dan lingkungan kerja secara bersama-sama mempengaruhi kepada loyalitas karyawan di PT. Duta Modernpack Jaya.

I. PENDAHULUAN

Diera digital perkembangan bisnis menjadi semakin kompetitif, kemudahan masuk ke dalam pasar, ketersediaan bahan baku industri yang mudah didapat, ditambah dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat telah meningkatkan persaingan antar perusahaan. Maka dari itu, perusahaan harus dapat mempergunakan sumber daya yang ada secara efisien serta efektif. Perusahaan yang hendak meraih sasarannya harus dapat mempergunakan sumber daya yang tersedia dengan tepat. SDM adalah sebuah sumber daya yang krusial, SDM yang optimal dan unggul dengan langsung akan berpengaruh pada kesuksesan perusahaan untuk meraih sasaran perusahaan. Perusahaan yang berhasil tidak hanya memberi tugas terhadap pegawai namun juga memerhatikan kebutuhan karyawan agar karyawan dapat bekerja dengan nyaman.

Perusahaan yang ingin mencapai tujuannya membutuhkan karyawan yang memiliki sifat loyalitas yang tinggi dan mampu melakukan tugasnya melebihi harapan perusahaan, loyalitas karyawan juga merupakan sebuah peran penting untuk tercapainya tujuan perusahaan.

Pegawai juga akan terlaksana dengan optimal jika ditunjang oleh faktor yang baik. Tempat terdapatnya faktor penunjang tentu loyalitas pegawai tidak akan sejalan dengan apa yang dikehendaki. Sebuah faktor lainnya yang berpengaruh terhadap loyalitas pegawai ialah budaya organisasi jika budaya organisasi ini baik sehingga dapat menunjang pegawai dalam menjalankan pekerjaannya lebih cepat, perasaan memiliki, nyaman dalam bekerja, komitmen yang sangat tinggi dan rasa loyalitas dan kesetiaan yang akan naik.

Pegawai yang mempunyai komitmen organisasi yang besar kepada perusahaannya biasanya akan mampu membentuk kepuasan sendiri, ini disebabkan karena adanya penanaman komitmen didalam diri para karyawan tersebut. Karyawan yang sudah memiliki komitmen dengan pekerjaan dan perusahaannya hingga karyawan tersebut dapat memiliki nilai loyalitas yang sangat tinggi.

Mempunyai karyawan dengan tingkat loyalitas yang besar adalah keinginan semua perusahaan maupun organisasi, demi terwujudnya hal tersebut tentunya perusahaan harus memiliki lingkungan kerja yang positif untuk karyawan dapat melakukan kerja sama dengan nyaman dan aman. Karyawan akan merasa lebih termotivasi dan bersemangat karena memiliki lingkungan kerja yang nyaman serta mempunyai hubungan baik dengan sesama pekerja maupun terhadap atasan. Keadaan lingkungan kerja harmonis dan serasi dengan keinginan karyawan akan dapat meningkatkan loyalitas karyawan.

Seperti permasalahan yang terjadi pada PT. Duta Modernpack Jaya terkait budaya organisasi adalah kurangnya toleransi antar karyawan, dilihat dari masih ada karyawan yang tidak menghargai adanya perbedaan antar sesama yang terjadi ditempat kerja, permasalahan yang terjadi pada PT. Duta Modernpack Jaya terkait komitmen organisasi yang masih belum optimal, ini dapat ditinjau dari masih banyak karyawan yang mementingkan keperluan pribadi dibanding kepentingan organisasi, masalah lingkungan kerja yang dihadapi pada PT. Duta Modernpack Jaya yaitu masih belum optimal, ini bisa dilihat dari pencahayaan yang masih kurang pada tempat kerja yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan dalam bekerja, dari ketiga permasalahan tersebut dapat menurunkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Sehingga dapat disimpulkan perusahaan harus memperhatikan pentingnya lingkungan kerja, budaya organisasi, dan komitmen organisasi dalam suatu perusahaan demi memberikan peningkatan loyalitas pegawai supaya perusahaan dapat terlaksana dengan lancar dan baik.

II. TINJAUAN PUSTAKAS

Budaya Organisasi

Menurut Wibowo et al., (2020, p. 250) mengatakan bahwa:

Budaya organisasi secara umum terbagi atas 2 kata yakni organisasi dan budaya yang mana Budaya adalah sebuah ideologi, filsafat, asumsi-asumsi, nilai-nilai, harapan, keyakinan, norma dan sikap, yang memiliki fungsi selaku pemersatu atau pengikat sebuah komunitas.

Menurut Luthans dalam Hendra, (2020, p. 3) mengatakan bahwa:

Budaya organisasi adalah aturan-aturan untuk mengarahkan sikap dari anggota organisasi. Sebab tentu pada tiap anggota organisasi memiliki kepribadian tersendiri untuk menjadi pembeda. Diantaranya hal yang menjadi pembeda organisasi dari yang lain ialah budayanya. Perihal ini krusial dan maka dari itu perlu dikenali dan dipahami. Namun, pemimpin harus menerapkan budaya organisasi ini dengan cara yang hati-hati dan mempertimbangkan faktor kontekstual dalam hal kondisi, waktu dan ruang.

Menurut Robbins dalam Hendra, (2020, p. 3) mengatakan bahwa:

Budaya organisasi ialah sebuah sistem bersama yang ada pada tiap anggota sebuah organisasi, yang dapat menjadi pembeda organisasi tersebut dengan yang lain.

Komitmen Organisasi

Berdasarkan Luthans dalam Adhan et al., (2020, p. 4) mengatakan bahwa:

komitmen organisasi adalah wujud dari totalitas, loyalitas individu terhadap organisasinya.

Menurut Adhan et al., (2020, p. 4) mengatakan bahwa:

Komitmen organisasional dari pegawai yaitu kekuatan yang dipercaya mampu menjadi pengikat individu atau seseorang yang bersedia menjalankan tindakan yang sejalan dengan satu ataupun tujuan yang lain.

Menurut Fazira & Erdawati, (2019, p. 3) mengatakan bahwa:

Komitmen organisasi adalah motivasi dari internal seseorang agar berbuat Suatu hal supaya dapat mendukung kesuksesan perusahaan sejalan dengan sasaran dan lebih memfokuskan kepentingan perusahaan daripada kepentingannya sendiri. Manajer

Lingkungan Kerja

Menurut Wibowo et al., (2020, p. 249) mengatakan bahwa:

Lingkungan kerja adalah sebagian dari rancangan pekerjaan yang dapat memberi peningkatan pada produktivitas dan efektivitas organisasi dan memberikan kepastian Organisasi yang menjadi media yang baik dalam menjalankan pekerjaan dan bekerja dengan kondusif.

Menurut Mangkunegara dalam Nabawi, (2019, p. 173) mengatakan bahwa:

Lingkungan kerja adalah bahan serta alat yang berada di sekitar lingkungan dimana orang tersebut bekerja, aturan kerja dan metode kerja yang baik selaku kelompok atau perseorangan.

Loyalitas Karyawan

Berdasarkan Lumiu et al., (2019, p. 96) mengatakan bahwa:

Loyalitas adalah sikap kesetiaan yang diperlihatkan oleh seorang individu dengan pelayanan atau tanggung jawab dengan tingkah laku yang paling baik.

Menurut A Buchari (2018, p. 2) mengatakan bahwa:

Bahwa pegawai yang setia akan patuh dalam setiap aturan yang ada. Kepatuhan ini tumbuh dari kesadaran pegawai tersebut, bila aturan yang dirangkai dalam meningkatkan terlaksananya penyelenggaraan kerja organisasi. Hal ini dapat menjadikan pegawai bersikap patuh tanpa terdapatnya rasa takut ataupun terpaksa kepada hukuman yang akan diterima jika melakukan pelanggaran aturan tersebut. Jika pegawai mempunyai loyalitas kerja yang besar akan terciptanya hubungan pribadi yang optimal kepada pegawai lainnya dan juga kepada pimpinannya.

III. METODE

Jenis Penelitian

Dalam riset ini peneliti memakai jenis riset berdasarkan tujuan yakni verifikasi, karena sudah terdapat penelitian sebelumnya mengenai variabel – variabel yang penulis gunakan yakni budaya organisasi, komitmen organisasi, lingkungan kerja, dan loyalitas karyawan sehingga penulis ingin menguji kembali berdasarkan hasil penelitian sebelumnya untuk memperkuat dan memverifikasi hasil sebelumnya, jenis riset yang peneliti gunakan ialah riset kuantitatif

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer ialah data yang didapat langsung dari sumber asli (tidak dengan media perantara). Data primer ini dikumpulkan dan didapat dari responden karyawan PT. Duta Modernpack Jaya. Data yang diperoleh berkaitan dengan variabel terkait yang diamati oleh penulis.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang ada pada internet, website, literatur, buku, jurnal dan data tertulis lain yang digunakan penulis sebagai referensi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Berdasarkan Sugiyono, (2018, p. 80) mengatakan bahwa:

Populasi merupakan daerah generalisasi terdiri dari objek yang memiliki karakteristik maupun kualitas yang ditentukan oleh penulis agar dipelajari dan lalu dibuat kesimpulan.

Populasi yang dipergunakan pada riset ini ialah 130 karyawan PT. Duta Modernpack Jaya.

2. Sampel

Teknik penarikan sampel pada riset ini ialah sampel jenuh. Berdasarkan Sugiyono dalam Pratama, (2019, p. 238) mengatakan bahwa:

Metode penarikan sampel jenuh jika seluruh anggota populasi dipergunakan selaku sampel. Sampel yang dipergunakan pada riset ini ialah 130 pegawai PT. Duta Modernpack Jaya.

Teknik Analisis Data

1. Pengujian Data

1.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono dalam Tamba et al., (2018, p. 36) mengatakan bahwa:

Pada penetapan baik ataupun tidak sebuah item yang akan dipergunakan, umumnya dilaksanakan pengujian koefisien korelasi. Bila korelasi faktor ini positif dan jumlahnya lebih dari 0,3 sehingga instrumen yang dipergunakan dapat dinyatakan valid.

1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Adha et al., (2019, p. 55) mengatakan bahwa:

Pengukuran reliabilitas dilaksanakan dengan teknis pengukuran sekali atau one shot dengan alat bantu SPSS pengujian statistik Cronbach Alpha (α). Sebuah konstruk ataupun variabel dinyatakan reliable bila bernilai Cronbach Alpha >0.60 .

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Pandoyo dalam Kusnawan et al., (2021, p. 10) mengatakan bahwa:

Pengujian Asumsi Klasik dipergunakan dalam memberikan kepastian bahwa data yang dipergunakan tidak terjadi normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinearitas. Jika semua syarat tersebut terpenuhi, berarti data tersebut cukup layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

2.1 Uji Normalitas

Menurut Juliandi, Irfan, & Manurung dalam Nabawi, (2019, p. 176) mengatakan bahwa:

Pengujian normalitas dilaksanakan dengan meneliti penyebaran data dalam sumbu diagonal grafik dengan meninjau normal plot, teknis penarikan keputusan tersebut ialah:

1. Bila data tersebar disekitar garis diagonal serta mengarah dalam garis diagonal, sehingga garis regresi mencukupi asumsi normalitas.
2. Bila data tersebar menjauhi garis diagonal ataupun tidak mengarah pada garis diagonal, sehingga model regresi tidak mencukupi asumsi normalitas.

2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Hendra, (2020, p. 5) mengatakan bahwa:

Multikolinieritas dipergunakan dalam melakukan pengujian dalam model regresi ditemui terdapatnya korelasi yang signifikan diantara variabel bebas. Teknis yang dipergunakan dalam melakukan penilaian ialah dengan meninjau nilai faktor inflasi varians (Variance Inflasi Factor/VIF), yang tidak lebih dari 10.

2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gunawan et al., (2021, vol. 19) mengatakan bahwa:

Uji Heteroskedastisitas ini ditujukan dalam melakukan pengujian pada model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual atau observasi lainnya. Dalam pengujian ini penulis menggunakan model grafik scatterplot.

3. Analisis Data Model Statistik

3.1 Analisa Korelasi Berganda

Pada riset ini analisa data yang dipergunakan ialah analisa korelasi berganda, dengan analisa ini bermanfaat dalam menelusuri tingkat hubungan diantara dua variabel ataupun lebih dari dua variabel independent kepada variabel dependen secara simultan.

3.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisa ini dipergunakan daalm menghitung besarnya pengaruh variabel independen yakni: Budaya Organisasi (X1), Komitmen Organisasi (X2), dan Lingkungan Kerja (X3) kepada variabel terikat yaitu Loyalitas Karyawan (Y).

3.3 Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali dalam Adha et al., (2019, p. 56) mengatakan bahwa:

Koefisien determinan (R^2) bermaksud dalam menelusuri taraf ketepatan terbaik untuk analisa regresi dan tingkat R^2 diantara 1 (satu) dan 0 (nol). R^2 nol variabel bebas tidak mempunyai pengaruh sama sekali kepada variabel terikat. Jika koefisien determinasi semakin dekat angka satu, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen mempengaruhi kepada variabel terikat. Disamping itu koefisien determinasi digunakan dalam menelusuri presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X).

4. Uji Hipotesis

4.1 Uji Coba Secara Parsial (Uji t)

Pengujian t ini memiliki kriteria dalam penerimaan atau penolakan hipotesis nol (H_0) yaitu sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima

4.2 Pengujian Secara Simultan (Uji f)

Pengujian f ini digunakan dalam melihat dan menelusuri apakah variabel independent sacara simultan atau bersama-sama berpengaruh kepada variabel terikat. Kriteria pada Pengujian f ini ialah seperti dibawah ini:

1. H_0 diterima jika : $f_{hitung} < f_{tabel}$
2. H_0 ditolak jika : $f_{hitung} > f_{tabel}$

IV. HASIL

1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

“Model Summary^b”

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,860 ^a	,740	,734	2,43034

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi

b. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan”

Menurut tabel diatas, dapat ditinjau bahwa:

- Dari tabel diatas menunjukkan model 1 kolom R yang memiliki angka koefisien korelasi sejumlah 0,860 Maka komitmen organisasi, budaya organisasi, lingkungan kerja mempengaruhi signifikan kepada loyalitas pegawai.
- Kolom R Square variabel budaya organisasi, komitmen organisasi, lingkungan kerja menunjukkan angka 0,740 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi ($0,860 \times 0,860 = 0,740$) R Square dinamakan juga dengan koefisien determinasi. Perihal ini bermakna tingkat pengaruh budaya organisasi, komitmen organisasi, lingkungan kerja kepada loyalitas karyawan adalah sejumlah 74% sementara ($100\% - 74\% = 26\%$) sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Angka R Square yang semakin besar menunjukkan semakin besar pengaruh antara variabel dan begitu sebaliknya.
- Kolom $Adjusted$ R Square ialah sejumlah 0,734.

2. Tabel Uji Hipotesis

2.1 Uji T

Model	Coefficients ^a				
	“Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,508	2,184		2,064	,041
Budaya Organisasi	,217	,069	,207	3,135	,002
Komitmen Organisasi	,431	,068	,473	6,295	,000
Lingkungan Kerja	,256	,072	,267	3,536	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan”

Menurut data tersebut dapat ditinjau bahwa :

- Dalam kolom t dipergunakan uji coba t dalam melakukan pengujian kebenaran dari hipotesis yang tersedia, dengan teknis memperbandingkan diantara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Standar dalam penolakan atau penerimaan hipotesis nol (H_0) yakni: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$,

sehingga H_a ditolak dan H_o diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak

- b. Untuk t_{hitung} bagi budaya organisasi (X1) ialah sejumlah 3,135. Dengan memakai tabel distribusi normal t yang bertingkat kepercayaan uji coba $(1-\alpha)$ sejumlah 95% dan tingkat kesalahan (α) $n - 2 = 130 - 2 = 128$, sehingga didapat nilai distribusi tabel t ialah 1,657. Maka dari itu, t_{hitung} budaya organisasi (X1) lebih tinggi dari t_{tabel} ataupun $3,135 > 1,657$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
- c. Untuk t_{hitung} bagi komitmen organisasi (X2) ialah sejumlah 6,295. Dengan memakai tabel distribusi normal t yang bertingkat keyakinan uji $(1-\alpha)$ sejumlah 95% dan taraf kesalahan (α) $n - 2 = 130 - 2 = 128$, sehingga didapat nilai distribusi tabel t ialah 1,657. Maka dari itu, t_{hitung} komitmen organisasi (X2) lebih tinggi dari t_{tabel} ataupun $6,295 > 1,657$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
- d. Bagi t_{hitung} dalam lingkungan kerja (X3) ialah sejumlah 3,536. Dengan memakai tabel distribusi normal t dengan taraf keyakinan uji $(1-\alpha)$ sejumlah 95% dan taraf kesalahan (α) $n - 2 = 130 - 2 = 128$, sehingga didapat nilai distribusi tabel t ialah 1,657. Maka dari itu, t_{hitung} lingkungan kerja (X3) lebih tinggi dari t_{tabel} ataupun $3,536 > 1,657$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.
- e. Bagi regresi linear berganda, angka korelasi budaya organisasi (X1) sejumlah 0,207 nilai korelasi komitmen organisasi (X2) sejumlah 0,473 dan nilai korelasi lingkungan kerja (X3) sejumlah 0,267 ialah hasil yang didapat dalam kolom *Standardized Coefficients (Beta)*.
- f. Dalam kolom Sig. dipergunakan dalam uji coba probabilitas. Standar uji cobanya ialah seperti: bila probabilitas $< 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak, bila probabilitas $> 0,05$, sehingga H_a ditolak dan H_o diterima. Dalam kolom Sig. Ditinjau bahwa nilai probabilitas bagi budaya organisasi (X1) sejumlah 0,002, komitmen organisasi (X2) sejumlah 0,000 serta lingkungan kerja (X3) sejumlah 0,001 yang maknanya probabilitas kurang dari 0,05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

2.2 Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2117,498	3	705,833	119,500	,000 ^b
Residual	744,225	126	5,907		
Total	2861,723	129			

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi”

Dapat di lihat di tabel *Anova^a* di ketahui f_{hitung} sebesar 119,500 dengan taraf signifikan 0,000 dan f_{tabel} ditentukan dengan menggunakan tabel distribusi normal f dan menggunakan taraf keyakinan uji $(1-\alpha)$ sejumlah 95% dengan taraf kesalahan (α) sejumlah 5% dan tingkat kebebasan ataupun *degree of freedom* (df) $N-2 = 130 - 2 = 128$, sehingga didapat nilai distribusi normal tabel f adalah 2,68. Apabila hasil dari perhitungan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $119,500 > 2,68$ dan probabilitas sejumlah 0,000 $< 0,05$, sehingga H_o ditolak dan H_a diterima, berarti dapat dinyatakan bahwa budaya organisasi (X1), komitmen organisasi

(X2), lingkungan kerja (X3) secara bersamaan atau simultan mempengaruhi kepada loyalitas karyawan (Y).

V. KESIMPULAN

- a. Temuan analisis memperlihatkan bahwa variabel budaya organisasi (X1) berkorelasi positif dan kuat dengan variabel loyalitas karyawan (Y). Hal ini dapat diperlihatkan dari data kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden, dimana nilai koefisien pada tabel IV.58 ialah 0,710 yang merupakan berkategori hubungan kuat, serta pada tabel IV.61 dapat dilihat nilai thitung budaya organisasi (X1) melebihi ttabel ataupun $3,135 > 1,657$, serta nilai signifikannya sebesar 0,002 dimana $0,002 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang maknanya variabel budaya organisasi (X1) mempengaruhi kepada loyalitas karyawan (Y).
- b. Hasil analisa memperlihatkan bahwa variabel komitmen organisasi (X2) berkorelasi positif dan kuat dengan variabel loyalitas karyawan (Y). Hal ini dapat diperlihatkan dari data kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden, dimana nilai koefisien pada tabel IV.58 adalah 0,818 yang merupakan berkategori hubungan kuat, serta pada tabel IV.61 dapat dilihat nilai thitung komitmen organisasi (X2) lebih tinggi dari ttabel ataupun $6,295 > 1,657$, serta nilai signifikannya sejumlah 0,000 yang mana $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang maknanya variabel komitmen organisasi (X2) mempengaruhi kepada loyalitas karyawan (Y).
- c. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel lingkungan kerja (X3) berkorelasi positif dan kuat dengan variabel loyalitas karyawan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dari data kuesioner dengan jumlah sampel sejumlah 130 narasumber, dimana nilai koefisien pada tabel IV.58 adalah 0,772 yang merupakan berkategori hubungan signifikan, serta pada tabel IV.61 dapat dilihat nilai thitung lingkungan kerja (X3) lebih besar dari ttabel atau $3,536 > 1,657$, serta nilai signifikannya sebesar 0,001 dimana $0,001 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang maknanya variabel lingkungan kerja (X3) mempengaruhi kepada loyalitas karyawan (Y).
- d. Sedangkan dengan uji f pada tabel IV.62 diperoleh fhitung untuk model 1 adalah $119,500 > 2,68$ serta nilai signifikan sejumlah $0,000 < 0,05$, fhitung > ftabel. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi kesimpulannya bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel budaya organisasi (X1), komitmen organisasi (X2), dan lingkungan kerja (X3) mempengaruhi signifikan kepada variabel loyalitas pegawai (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- A Buchari ·2018. (2018). *Loyalitas Karyawan pada Universitas Swasta di Kota Bengkulu*. 2, 1–13.
- Adha, R. N., Qomariah, N., & Hafidzi, A. H. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Budaya Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dinas Sosial Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(1), 47. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v4i1.2109>
- Adhan, M., Prayogi, M. A., & Siswadi, Y. (2020). *Peran Mediasi Komitmen Organisasional pada Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Dosen Tetap Universitas Swasta di Kota Medan* *The Mediating Role of Organizational Commitment on the Effect of Job Satisfaction on the Performance of Permanent Lecturers of*. 11(28), 1–15. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1654>
- Fazira, R., & Erdawati, L. (2019). Pengaruh Pendelegasian Wewenang Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kota Tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 92. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.191>
- Gunawan, I., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2021). Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 99. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.508>
- Hendra, H. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4813>
- Kusnawan, A., Umar, M. P., Paramita, R. W. D., Taufiq, M., Sudaryo, Y., Purnamasari, D., & Kartikawati, G. (2021). the Effect of Leverage, Sales Growth and Profitability on Tax Avoidance. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(3), 15–32. <http://128.199.213.233/index.php/asset/article/view/679>
- Lumiu, C., Pio, R., & Tatimu, V. (2019). P.Karir Tdk Brpngruh Pd Loy Kerja. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 9((p-ISSN 2338-9605; e-2655-206X), 93–100.
- Nabawi, R. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 170–183. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3667>
- Pratama, S. (2019). Analisa pengaruh sumberdaya manusia, prasarana dan lingkungan kerja terhadap kinerja studi pada pegawai universitas pembangunan panca budi medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 235–249.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tamba, A., Pio, R., & Sambul, S. (2018). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Columbindo Perdana Cabang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 7(001), 33–41.
- Wibowo, F. P., Sugandha, & Tholok, F. W. (2020). *PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJAWibowo, F. P., Sugandha, & Tholok, F. W. (2020). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA (Studi Kasus di PT Mutiara Nusantara Globalindo) FX. 20(3), 248–258.A TERHADAP KINERJA (Studi K. 20(3), 248–258.*

Analisis Mengenai Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja dan *Reward* terhadap Loyalitas Karyawan pada PT Gabri Indo Italy

Fabian Pratana^{1)*}, Nana Sutisna²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾fabianwkwk@gmail.com

²⁾sutisna.nana1966@gmail.com

Rekam jejak artikel:

ABSTRAK

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Lingkungan Kerja

Stres Kerja

Reward

Loyalitas Karyawan

Riset ini bertujuan dalam menelusuri apakah terdapat pengaruh lingkungan kerja, stres kerja, dan *reward* terhadap loyalitas karyawan pada PT. Gabri Indo Italy. Analisis data dilakukan dengan di sebarinya kuesioner terhadap 200 responden. Program yang digunakan adalah SPSS versi 26. R Square bagi model 1 menunjukkan angka R Square sejumlah 0,846. Maka pengaruh lingkungan kerja, stres kerja, dan *reward* kepada loyalitas pegawai ialah sejumlah 84,6% sedangkan $(100\% - 84,6\% = 15,4\%)$ sisanya terpengaruhi faktor lainnya. Untuk nilai t diketahui bahwa t_{hitung} lingkungan kerja (X_1) ialah 5.415 dari t_{tabel} 1,653, t_{hitung} stres kerja (X_2) ialah 6.455, *reward* (X_3) ialah 4.906, dengan signifikansi lingkungan kerja (X_1) adalah 0,000, stres kerja (X_2) adalah 0,000 dan *reward* (X_3) adalah 0,000 di bawah 0,05 maknanya secara terpisah terdapat pengaruh yang signifikan diantara lingkungan kerja, stres kerja, dan *reward* kepada PT. Gabri Indo Italy. Untuk f_{hitung} untuk model 1 adalah 359.069 dan F_{tabel} adalah 3,04. Apabila hasil dari perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $359.069 > 3,04$ dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, bermakna dapat dikatakan bahwa lingkungan kerja, stres kerja, dan *reward* secara bersamaan atau simultan berpengaruh kepada loyalitas pegawai.

I. PENDAHULUAN

Sebuah hal yang sangat krusial dan tidak dapat dilepaskan didalam sebuah organisasi ialah sumber daya manusia. SDM juga termasuk kunci yang menjadi penentu perkembangan perusahaan. SDM secara hakikat berbentuk manusia yang diberikan pekerjaan pada suatu organisasi sebagai pemikir, penggerak, dan membuat rencana dalam meraih sasaran organisasi tersebut. Dan juga setiap individu SDM itu sendiri memiliki keinginan agar melaksanakan pekerjaan dengan optimal dan memberi kontribusi yang penting terhadap perusahaan atau organisasi membawa banyak orang untuk memotivasi dirinya lebih dari batas keterampilan yang normal hingga meraih kondisi yang yang disebut dengan letih bekerja yang akan berakibat kepada ketegangan di tempat kerja yang mana Hal ini dapat dinyatakan termasuk ancaman yang serius perihal ini dapat berlangsung pada setiap divisi yang terdapat pada perusahaan baik pada tingkat bawahan ataupun atasan pimpinan ataupun staf perusahaan.

Setiap perusahaan pasti menginginkan pegawai yang loyal. Para pegawai yang loyal dipercaya akan berkontribusi optimal dan selalu maksimal dalam bekerja. Loyalitas pegawai pada sebuah perusahaan diperlihatkan dengan komitmen pegawai didalam perusahaan.

Lingkungan kerja yang nyaman mengakibatkan tingkat perasaan betah dan nyaman kepada pegawai dan dapat mengeluarkan kemampuan terbaiknya serta keadaan ini mengakibatkan tingkat loyalitas pegawai terjadi kenaikan. Selain itu berpengaruh kepada pegawai dalam menuntaskan tanggung jawab dan tugasnya kepada organisasi. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menjalankan bermacam aktivitas dalam mengantisipasi berubahnya lingkungan kerja perusahaan. Lingkungan kerja yang baik dapat Menciptakan dan meningkatkan hubungan kerja serta loyalitas karyawan di dalam lingkungannya. Akan tetapi untuk upaya membangun loyalitas pegawai terlihat masih ada beberapa halangan yang dialami sehingga sulit untuk meraih sasaran perusahaan. Keadaan yang belum ideal masih terdapat di PT. Gabri Indo Italy yang peneliti temukan terutama berkaitan dengan loyalitas karyawan diantaranya masih ada karyawan yang tingkat absensi nya belum maksimal dan tidak datang pada tepat waktu. Disamping itu ada sebagian permasalahan yang berkaitan dengan lingkungan kerja karyawan antara lain ialah tata letak yang kurang baik dan ruangan yang sempit sarana penunjang yang kurang lengkap dalam aktivitas operasionalisasi dan sarana yang mendukung kelancaran administrasi.

Disamping itu faktor lain yaitu lingkungan kerja berpengaruh terhadap loyalitas pegawai ialah masalah stres kerja. Tingkat stres yang dihadapi oleh pegawai merupakan Sisi yang krusial untuk perusahaan khususnya berkenaan dengan loyalitas pegawai. Karyawan yang mempunyai loyalitas yang tinggi dapat meningkatkan kehidupan pada perusahaan. Maka dari itu stres kerja disebut menjadi aspek utama karyawan mengundurkan diri dari pekerjaannya.

Disamping lingkungan kerja dan stres kerja faktor lainnya yang berpengaruh kepada mayoritas karyawan ialah *reward*. *Reward* merupakan sebuah teknik dalam memberikan motivasi kepada seorang individu Dalam menjalankan kebaikan dan menaikkan prestasi. *Reward* merupakan banjaran penghargaan, hadiah, atau imbalan yang memiliki tujuan agar seseorang individu lebih giat kembali usahanya dalam meningkatkan dan memperbaiki rasa loyalitas kerja karyawan. Kondisi suasana hati seorang individu sangat berpengaruh terhadap kinerja. Ketika suasana hati sedang baik karyawan pun akan relatif lebih produktif. Sementara ketika suasana hati yang buruk Sehingga dalam menuntaskan tugas pun akan lebih sulit. Hal ini dikarenakan suasana hati yang baik akan membuat lebih mudah berkonsentrasi. Sementara suasana hati yang buruk pikiran pun akan bercabang. Dampak dari hal ini pekerjaan pun akan sulit fokus. Maka dari itu *reward* yang diberi terhadap pegawai akan berpengaruh signifikan kepada loyalitas kepada perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Lingkungan Kerja

Menurut (Abdullah, 2021) menjelaskan :

Lingkungan kerja ialah semua sarana dan prasarana kerja yang terdapat di lingkungan sekitar pegawai yang sedang mengerjakan tugas yang dapat berpengaruh terhadap pengerjaan tugas. Lingkungan kerja melingkupi fasilitas, tempat bekerja, alat bantu kerja pencahayaan kebersihan ketenangan juga termasuk hubungan kerja di antara pegawai yang ada di lokasi tersebut.

Menurut (Nabawi, 2019) mengatakan bahwa :

Lingkungan kerja ialah semua alat dan bahan yang dihadapkan lingkungan sekitar yang mana seorang individu bekerja pengaturan kerja dan metode kerja baik untuk kelompok ataupun perorangan.

Menurut (Rachman, 2018) mengatakan bahwa :

Lingkungan kerja merupakan kehidupan psikologi, sosial, dan fisik pada perusahaan yang mempengaruhi kepada pegawai dalam menjalankan pekerjaannya.

Stres Kerja

Menurut (Maswar et al., 2020) mengatakan bahwa :

Stres kerja ialah rasa tertekan yang dihadapi pegawai untuk menjalankan pekerjaan. Terus kerja ini tergambar dari emosi yang tidak stabil, tidak tenangnya perasaan, sulit tidur, suka menyendiri, tidak dapat rileks, merokok berlebihan, gugup, tegang, cemas, gangguan pencernaan, ataupun tekanan darah yang meningkat.

Menurut (Rijasawitri & Suana, 2020) mengatakan bahwa :

Surat kerja adalah sebuah perasaan atau gejala yang muncul dalam diri seseorang yang dapat berdampak kepada sebuah perusahaan atau organisasi yang akan mempengaruhi kepada kepuasan pegawai dan berpengaruh juga terhadap kinerja pegawai.

Reward

Menurut (Pramesti et al., 2019) mengatakan bahwa :

Reward merupakan sebuah teknik dalam memberikan motivasi seorang individu Dalam menjalankan kebaikan dan memberi peningkatan terhadap prestasi. Reward merupakan hadiah, ganjaran, penghargaan imbalan atau hadiah yang memiliki tujuan supaya seorang individu lebih giat kembali usaha dalam meningkatkan atau memperbaiki kinerja yang telah diraih.

Menurut (Pradnyani et al., 2020) mengatakan bahwa :

Reward merupakan balas jasa atau penghargaan yang diberi terhadap seseorang pegawai dari perusahaan atas kinerja atau prestasi yang diperlihatkan oleh pegawai tersebut sejalan dengan harapan perusahaan.

Loyalitas Karyawan

Menurut (Citra & Fahmi, 2019) mengatakan bahwa :

Loyalitas pegawai termasuk sikap positif pegawai kepada perusahaan tempat dia bekerja. Karyawan yang memiliki sikap loyalitas yang besar dapat bekerja tidak hanya untuk dirinya namun juga bagi kepentingan organisasi.

Menurut (Purnamasari & Sintaasih, 2019) mengatakan bahwa :

Loyalitas merupakan sifat yang dapat seorang pegawai yang akan timbul ketika bekerja pada suatu perusahaan atau organisasi pada kehidupan setiap hari baik disadari ataupun tidak mayoritas merupakan bagian dari kehidupan manusia

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis riset yang dipakai oleh penulis dalam menjalankan riset perihal lingkungan kerja, *reward* dan stress kerja, kepada loyalitas karyawan yakni memakai teknik Deskriptif kuantitatif. Riset kuantitatif menghimpun data numerik yang dapat diukur, diurutkan, dan dikelompokkan melalui analisa statistika. Hal ini akan membantu menelusuri hubungan atau ataupun dalam menyusun generalisasi. Jenis riset ini bermanfaat dalam menelusuri seberapa sering, banyak ataupun sejauh mana.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber riset yang didapat langsung dari sumber asli tidak melalui media perantara. Secara khusus data primer dihimpun agar dapat memberikan Jawaban pertanyaan riset. Dalam mendapatkan riset ini menjalankan penyebaran kuesioner yang diedarkan lalu diisi oleh narasumber.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data riset yang didapatkan peneliti secara tidak langsung lewat media perantara didapat dari pihak lainnya. Data sekunder dipakai pada riset ini berbentuk bahan dari buku ataupun bahan referensi lain supaya menjadi penyempurna skripsi ini.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Berdasarkan (Sugiyono 2018 : 80) menjelaskan :

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terbagi dari obyek atau subjek yang berkualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan penulis agar dipelajari dan kemudian dibuat simpulan.

Populasi yang dipakai pada riset ini ialah sejumlah 200 karyawan PT. Gabri Indo Italy.

2. Sampel

Berdasarkan (Sugiyono 2018 : 81) mengatakan bahwa :

Sampel ialah bagian dari jumlah karakteristik yang ada pada populasi tersebut.

Sampel yang dipakai pada riset ini ialah sebanyak 200 pegawai PT. Gabri Indo Italy.

Teknik Analisis Data

1. Uji Data

1.1 Uji Validitas

Berdasarkan (Ghozali 2016: 52) mengatakan bahwa :

Uji validitas adalah sebuah alat ukur yang membuktikan tingkat ketepatan atau keakuratan sebuah instrumen. Uji validitas dipakai dalam menelusuri sah atau tidaknya suatu pertanyaan dalam menjelaskan suatu variabel.

1.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2016) mengatakan bahwa :

Pengujian reliabilitas termasuk keterkaitan dengan permasalahan kepercayaan kepada instrumen. Pengujian reliabilitas berfungsi untuk menentukan apakah suatu alat yang perihal ini angket dapat dipakai lebih dari satu kali oleh narasumber yang sama akan menghasilkandata yang tetap.

2. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan (Pandoyo, 2018 dalam Kusnawan et al., 2021) mengatakan bahwa :

Pengujian asumsi klasik dipakai pada riset ini dalam memastikan bahwa data yang digunakan tidak termasuk normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Jika semua syarat tersebut terpenuhi, berarti data tersebut cukup layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

2.1 Uji Normalitas

Berdasarkan (Imam Ghozali, 2021) mengatakan bahwa :

Pengujian normalitas merupakan uji yang dilakukan dalam melakukan pengujian Apakah diketahui bahwa uji F dan t memberikan asumsi bahwa nilai residual pada distribusi normal. Jika dugaan ini dilanggar sehingga pengujian statistika tidak sah dalam jumlah sampel yang sedikit. Teknik yang dipergunakan pada saat ini dalam melakukan pemeriksaan normalitas distribusi data ialah dengan memakai pengujian statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Teknis ialah dengan menetapkan sebelumnya hipotesis uji coba yakni:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Pada riset ini, penulis memakai exact test Monte Carlo untuk menjalankan uji coba Kolmogorov-Smirnov dengan taraf confidence level pada model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal.

2.2 Uji Multikolinieritas

Berdasarkan (Ghozali 2016: 103) mengatakan bahwa :

Pengujian Multikolonieritas, pengujian untuk membuktikan apakah dalam model regresi terdapat ataupun tidaknya hubungan diantara variabel independen (bebas). Dalam menemukan terdapat atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi, dapat dengan menganalisa Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi.

2.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan (Gunawan et al., 2021) mengatakan bahwa :

Pengujian heterodeskastisitas bertujuan dalam melakukan pengujian pada model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan lain . Dalam penelitian ini, teknis dalam menelusuri terdapat ataupun tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi ialah dengan memakai pengujian Glejser. Suatu penelitian menyatakan bahwa heteroskedastisitas tidak ada bila nilai sig > 0,05.

3. Analisis Data Model Statistik

3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan (Ghozali 2016: 8) mengatakan bahwa :

Analisa ini digunakan dalam memberikan prediksi nilai dari variabel terikat jika nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan dalam menelusuri arah hubungan diantara variabel bebas dengan variabel terikat apakah setiap variabel memiliki hubungan yang negatif atau positif.

3.2 Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan (Ghozali 2016: 8) mengatakan bahwa :

Korelasi berganda dipakai bagi dua variabel bebas dan satu terikat. Jika nilai R semakin dekat nilai 1 sehingga hubungan semakin kuat namun bila nilai R dekat 0 sehingga hubungan semakin lemah.

3.3 Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali 2016: 95) mengatakan bahwa :

Hal ini adalah ukuran dalam menelusuri ketepatan atau kesesuaian diantara nilai dugaan ataupun garis regresi dengandata sampel.

4. Uji Hipotesis

4.1 Uji Secara Parsial (Uji T)

Berdasarkan (Ghozali 2016: 97) menjelaskan bahwa :

Uji parsial atau Uji T dilaksanakan yang bermaksud dalam menelusuri pengaruh dengan terpisah diantara variabel independen kepada variabel dependen. Penarikan keputusan uji coba:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak

4.2 Uji Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan (Ghozali 2016: 96) menjelaskan bahwa :

Uji simultan ataupun Uji F dilaksanakan dalam melakukan pengujian apakah variabel independen mempengaruhi secara bersamaan kepada variabel terikat. Dasar penarikan keputusan uji coba ialah

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak

IV. HASIL

1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.846		.844	2.184

a. Predictors: (Constant), Reward, Lingkungan Kerja, Stres Kerja

b. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Dari tabel Model Summary diatas dapat dilihat bahwa :

1. Dari tabel diatas menunjukkan model 1 kolom R yang memiliki angka koefisien korelasi sejumlah 0.920. Maka lingkungan kerja, stres kerja, dan *reward* berpengaruh sangat kuat.
2. Kolom R Square variabel lingkungan kerja dan *reward* menunjukkan angka 0.846 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi ($0.920 \times 0.920 = 0.846$) R Square disebut juga dengan koefisien determinasi. Perihal ini bermakna besar pengaruh lingkungan kerja, *reward* dan stres kerja, kepada kepuasan pelanggan ialah sejumlah 84,6% sementara ($100\% - 84,6\% = 15,4\%$) sisanya

terpengaruhi faktor yang lainnya. R Square dengan kisaran di angka 0 hingga 1, semakin tinggi angka R Square memperlihatkan semakin besar pengaruh diantara variabel dan begitu sebaliknya.

3. Kolom Standard Error of the Estimate ialah sejumlah 2.184
4. Kolom Adjusted R Square adalah sebesar 0.846

2. Tabel Uji Hipotesis

2.1 Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.588	1.261		2.052	.042		
	Lingkungan Kerja	.302	.056	.299	5.415	.000	.257	3.885
	Stres Kerja	.346	.054	.371	6.455	.000	.238	4.210
	Reward	.295	.060	.304	4.906	.000	.205	4.874

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Dari data tersebut dapat ditinjau bahwa :

1. Dalam kolom t dipakai uji t dalam menjalankan uji kebenaran dari asumsi yang diajukan, dengan teknis memperbandingkan diantara ttabel dan thitung. Parameter uji cobanya ialah: Bila thitung > ttabel sehingga Ha diterima Ho ditolak. Bila thitung < ttabel sehingga Ha ditolak Ho diterima.

Dalam kolom t ditinjau bahwa thitung bagi Lingkungan Kerja (X1) ialah sejumlah 5.415. Dengan memakai tabel distribusi normal t yang bertingkat keyakinan uji (1- α) yakni 95% serta taraf kesalahan (α) $n - 2 = 200 - 2 = 198$, sehingga didapat nilai distribusi tabel t ialah 1.653. Maka dari itu, thitung lingkungan kerja melebihi dari ttabel ataupun $5.415 > 1.653$, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak.

Bagi thitung Stres Kerja (X2) ialah 6.455. Dengan memakai tabel distribusi normal t bertingkat keyakinan uji (1- α) yakni 95% serta taraf kesalahan (α) $n - 2 = 200 - 2 = 198$, sehingga didapat nilai distribusi tabel t ialah 1.653. Maka dari itu, thitung stress kerja melebihi dari ttabel ataupun $6.455 > 1.653$, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak.

Bagi thitung *Reward* (X3) ialah 4.906. Dengan memakai tabel distribusi normal t dengan taraf keyakinan uji (1- α) sejumlah 95% serta taraf kesalahan (α) $n - 2 = 200 - 2 = 198$, sehingga didapat nilai distribusi tabel t ialah 1.653. Maka dari itu, thitung *reward* melebihi dari ttabel ataupun $4.906 > 1.653$, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak.

2. Bagi regresi linear berganda, angka korelasi lingkungan kerja (X1) sejumlah 0.209, nilai stres kerja (X2) sejumlah 0.371 serta nilai korelasi *reward* (X3) sejumlah 0,304 ialah hasil yang diperoleh dalam kolom Standardized Coefficients (Beta).

3. Dalam kolom Sig. Dipakai bagi uji coba probabilitas. Parameter ujicobanya ialah: Bila probabilitas < 0,05, sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Bila probabilitas > 0,05, sehingga Ha ditolak dan Ho diterima.

Dalam kolom Sig. Ditinjau bahwa nilai probabilitas bagi lingkungan kerja sejumlah 0,000, stres kerja sejumlah 0,000 serta *reward* sejumlah 0,000 yang maknanya probabilitas kurang dair 0,05 sehingga Ha diterima dan Ho ditolak.

2.2 Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5136.887	3	1712.296	359.069	.000 ^b
	Residual	934.668	196	4.769		
	Total	6071.555	199			

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

b. Predictors: (Constant), Reward, Lingkungan Kerja, Stres Kerja

Dapat di lihat di tabel Anova di ketahui Fhitung sebesar 359.069 dengan taraf signifikan 0,000 dan Ftabel ditentukan dengan menggunakan tabel distribusi normal F dan menggunakan taraf keyakinan uji $(1-\alpha)$ yakni 95% dengan taraf kesalahan (α) yakni 5% dan tingkat kebebasan ataupun degree of freedom (df) $N-2 = 200 - 2 = 198$, sehingga didapat nilai distribusi normal tabel F ialah 3,04. Apabila hasil dari perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $359.069 > 3,04$ dan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti dapat dikatakan bahwa lingkungan kerja, stres kerja, dan *reward* secara bersamaan ataupun simultan berpengaruh kepada loyalitas pegawai.

V. KESIMPULAN

- a. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Kerja (X1) memiliki hubungan yang positif dan kuat serta hubungan yang signifikan kepada variabel Loyalitas Pegawai (Y).
 Hal ini dibuktikan menurut hasil jawaban angket yang berjumlah sampel sejumlah 200 narasumber yang disebar dimana nilai koefisien korelasi 0,857 yang termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, nilai thitung lingkungan kerja lebih besar dari ttabel atau $5.415 > 1,653$, serta nilai signifikannya sebesar 0,000 dimana $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang memiliki arti variabel Lingkungan Kerja (X1) mempengaruhi kepada Loyalitas Karyawan (Y).
- b. Temuan analisa memperlihatkan bahwa variabel Stres Kerja (X2) memiliki hubungan yang positif dan kuat serta hubungan yang signifikan kepada variabel Loyalitas Karyawan (Y).
 Perihal ini diperlihatkan menurut hasil jawaban angket yang berjumlah sampel sejumlah 200 narasumber yang disebar dimana nilai koefisien korelasi 0,875 yang termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, , nilai thitung stres kerja lebih besar dari ttabel atau $6.455 > 1,653$, serta nilai signifikan sejumlah 0,000 dimana $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki arti variabel Stres Kerja (X2) mempengaruhi kepada Loyalias Karyawan (Y).
- c. Hasil analisis memperlihatkan bahwa variabel *Reward* (X3) berkaitan yang kuat dan positif serta hubungan yang signifikan kepada variabel Loyalitas Karyawan (Y).
 Hal ini dibuktikan menurut temuan jawaban angket yang berjumlah sampel sejumlah 200 narasumber yang disebar dimana nilai koefisien korelasi 0,837 yang termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, nilai thitung harga melebihi dari ttabel atau $4.906 > 1,653$, serta nilai signifikannya sebesar 0,000 dimana $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki arti variabel *Reward* (X3) mempengaruhi kepada Loyalitas Karyawan (Y).

- d. Temuan analisis memperlihatkan bahwa variabel Lingkungan Kerja (X1), Stres Kerja (X2), dan *Reward* (X3) berkaitan yang kuat dan memiliki hubungan yang positif kepada Loyalitas Karyawan (Y).

Hal tersebut dibuktikan menurut temuan jawaban angket yang berjumlah sampel sejumlah 200 narasumber yang disebar yang mana Model 1 2. Kolom R Square variabel lingkungan kerja dan *reward* menunjukkan angka 0,846 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi ($0,920 \times 0,920 = 0,846$) R Square dinamakan dengan koefisien determinasi. Perihal ini bermakna besarnya pengaruh lingkungan kerja, stres kerja, dan *reward* kepada kepuasan pelanggan adalah sejumlah 84,6% sedangkan ($100\% - 84,6\% = 15,4\%$) sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. R Square dengan kisaran di angka 0 hingga 1, semakin tinggi angka R Square memperlihatkan semakin besar pengaruh antara variabel dan begitu sebaliknya.

Sedangkan dengan uji F, diperoleh Fhitung untuk model 1 adalah $359,069 > 3,04$ dan nilai signifikan sejumlah $0,000 < 0,05$, Fhitung > Ftabel. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi kesimpulannya bahwa secara bersamaan (simultan) variabel Lingkungan Kerja (X1), Stres Kerja (X2), dan *Reward* (X3) mempengaruhi signifikan kepada variabel Loyalitas Karyawan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. (2021). Pengaruh Stres Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Yang Dimediasi Motivasi Kerja Karyawan Hotel Mm Ugm Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 3(2), 126–134. <https://doi.org/10.36594/jtec.v3i2.97>
- Citra, L. M., & Fahmi, M. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 214–225. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3776>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Miltivariete dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2021). Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 99. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.508>
- Imam Ghozali. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (X). Undip.
- Kusnawan, A., Umar, M. P., Paramita, R. W. D., Taufiq, M., Sudaryo, Y., Purnamasari, D., & Kartikawati, G. (2021). the Effect of Leverage, Sales Growth and Profitability on Tax Avoidance. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(3), 15–32. <http://128.199.213.233/index.php/asset/article/view/679>
- Maswar, Zikriati Mahyani, & Muhammad Jufri. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Al-Idarah : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 16–29. <https://doi.org/10.35316/idarrah.2020.v1i1.16-29>
- Nabawi, R. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 170–183. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3667>
- Pradnyani, Rahmawati, & Dkk. (2020). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Motivasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 21–30.
- Pramesti, R. A., Sambul, S. A. P., & Rumawas, W. (2019). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan KFC Artha Gading. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23557.57-63>
- Purnamasari, N. P. D., & Sintaasih, D. K. (2019). Pengaruh Pengembangan Karir, Kompensasi, Dan Iklim Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p20>
- Rachman, T. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 01(1), 10–27.
- Rijasawitri, D. P., & Suana, I. W. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja, Stres Kerja, Dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Turnover Intention. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 466. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p04>

Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mr. DIY Mall Ramayana Cengkareng, Jakarta Barat

Nurdiyah Ayuningsih^{1)*}, Andy²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾nurdiyah.ayu17@gmail.com

²⁾andy.andy@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Suasana Toko
Promosi
Keragaman Produk
Keputusan Pembelian

Abstrak

Dengan banyaknya permintaan dari masyarakat akan produk yang semakin berkembang, maka banyak persaingan perusahaan dalam menciptakan produk baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh suasana toko, promosi dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mr. DIY Mall Ramayana Cengkareng, Jakarta Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan metode kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan pengolahan data menggunakan SPSS 25.

Dari hasil korelasi antar variabel, diperoleh asil hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat yaitu suasana toko, promosi dan keragaman produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sebesar 59% dan sisanya 41% dipengaruhi faktor lain.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh t hitung untuk suasana toko sebesar 2.048, t hitung promosi sebesar 3.756, dan t hitung untuk keragaman produk sebesar 2.981, dengan t table sebesar 1.98472 yang diperoleh dari t tabel distribusi untuk df = 97 dan nilai sig 0,05. Dengan kata lain Ha diterima dan Ho ditolak karena thitung lebih besar dari t tabel.

I. PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini telah tercipta banyak produk canggih dengan penggunaan yang semakin mudah dan kualitas yang semakin tinggi. Terciptanya produk tersebut dikarenakan banyaknya permintaan dari konsumen yang merupakan masyarakat modern yang bukan hanya mencari sebuah barang dengan satu fungsi saja, namun yang memiliki naluri untuk mencari barang yang multifungsi (memiliki lebih dari satu manfaat) dan menarik yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam kegiatan sehari-hari. Dengan banyaknya permintaan dari konsumen perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin. Selain menciptakan barang-barang tersebut perusahaan juga memberikan penawaran harga yang relative murah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Sehingga persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan membuat para konsumen lebih selektif untuk melakukan transaksi pada perusahaan-perusahaan tersebut.

Mr. DIY merupakan sebuah toko retail yang didirikan oleh PT. Duta Intiguna Yasa yang merupakan perusahaan retail yang telah berdiri dari tahun 2005. Mr. DIY merupakan toko ritail yang memberikan pelayanan penjualan mulai dari aksesoris, fasion, olahraga, hingga pada peralatan rumah tangga. Semua produk yang dimiliki Mr. DIY merupakan barang yang memiliki daya tariknya masing-masing, mulai dari bentuk, pemilihan warna hingga inovasi produk tersebut dalam berbagai macam variasi yang unik. Dengan begitu Mr. DIY berharap dapat menarik perhatian dan antusiasme dari konsumen untuk melakukan pembelian pada produk-produk yang ia tawarkan. Menurut Assel (2001) dalam (Pudjo Wibowo, Sugandha, Fidellis, et al., 2020) perilaku konsumen dipengaruhi berbagai faktor, baik internal seperti persepsi, dikap, kepercayaan, motivasi, konsep diri dan kepribadian maupun eksternal seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen yaitu suasana toko, dalam mengambil keputusan, suasana toko menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen. Dengan konsep suasana toko

yang unik, nyaman, aman, pencahayaan yang bagus, penataan tata ruang (*layout*) yang rapi adalah hal yang sangat diperhatikan oleh Mr. DIY Mall Ramayana Cengkareng. Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen adalah promosi, yaitu promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut terhadap produk yang mereka miliki. Promosi merupakan hal yang tak kalah penting dari suasana toko, dengan promosi yang menarik dan edukasi yang baik akan meningkatkan rasa yakin pelanggan dalam pengambilan keputusan pada pembelian. Dengan promosi maka perusahaan dapat memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai produk yang perusahaan tawarkan kepada masyarakat (Hernawan et al., 2019). Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, misalnya melalui online (iklan pada youtube, google, dan layanan internet lainnya) atau *offline* (brosur, baliho dan lainnya). Selain itu faktor ketiga dari keputusan pembelian konsumen ialah keragaman produk yang dimiliki oleh toko tersebut. Keberagaman produk yang dimiliki oleh perusahaan menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi konsumen. Dengan keragaman tersebut maka konsumen akan memiliki rasa untuk memutuskan pembelian lebih tinggi pada perusahaan. Karena konsumen akan berfikir bahwa hanya dengan memasuki satu toko ia akan mendapatkan berbagai produk kebutuhan sehari-harinya tanpa harus berpindah ke toko lain dan tanpa menghabiskan banyak waktu. Sehingga dengan itu maka ia sebagai konsumen akan menjadi lebih royal terhadap perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Suasana Toko

Desain toko yang elok akan menarik perhatian dari konsumen untuk datang. Penampilan serta suasana toko yang memberikan kesan yang baik akan memberi kesan yang lebih baik pula dalam benak konsumen.

Menurut Levy dan Weitz (2001:576) dalam (Krisna Putra, 2017) atmosfer adalah mendesain suatu lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, *music*, dan penciuman untuk merangsang persepsi dan emosi dari pelanggan dan pada akhirnya untuk mempengaruhi perilaku pembelian mereka.

Dari definisi tersebut maka suasana toko dapat disimpulkan bahwa suasana toko merupakan suatu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Suasana toko merupakan bagaimana toko memberikan kesan yang menarik dan unik sehingga konsumen dapat berlama-lama karena rasa nyaman untuk melihat-lihat dan pada akhirnya menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Promosi

Promosi berasal dari Bahasa Inggris *promote* yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan atau pemasaran berarti sebuah alat yang digunakan untuk meningkatkan omzet penjualan.

Menurut Mursid (2015:95) dalam (Septiyani Ratna Dilasari, 2019) promosi merupakan komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari persuasif yaitu komunikator secara tersencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk memperoleh akibat tertentu dalam sikap dan laku si penerima.

Dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan sebuah alat komunikasi yang menghubungkan antara produsen dengan pembeli. Promosi ini digunakan untuk menarik perhatian dari konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan agar produsen dapat mencapai target/sasaran penjualan yang telah ditentukan.

Keragaman Produk

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli Kotler (2007:75) dalam (Andriyana Rida, 2017).

Sedangkan (Andy & -, 2018) menjelaskan bahwa *product assortment* memberikan kesempatan seseorang untuk berekspresi.

Dari definisi di atas tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keragaman produk yaitu banyaknya produk yang bervariasi dalam sebuah toko dengan tujuan untuk menarik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian

Menurut Assel (2001) dalam (Widiyanto & Sugandha, 2019) perilaku konsumen dipengaruhi berbagai faktor baik internal maupun eksternal yang kemudian akan menentukan sikap konsumen dalam mempengaruhi perilaku pembelian.

Dari definisi keputusan pembelian menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen menentukan dan menetapkan keputusan akhir dalam suatu transaksi.

III. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan (Prof. Dr. Sugiyono, 2018) yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2010) dalam (Andy & Dwi S, 2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda dan benda alam lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang diteliti, tetapi mencakup semua ciri atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Dari pengertian populasi diatas, maka penulis menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Mr.DIY Mall Ramayana Cengkareng.

Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017:81) dalam (Pudjo Wibowo, Sugandha, Tholok, et al., 2020) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasinya besar, dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif.

Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel bebas/independen adalah suasana toko (X1), promosi (X2), dan keragaman produk (X3) sedangkan variabel terikat /dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Suasana Toko (X1)	1. Bagian luar toko (Eksterior) 2. Bagian dalam toko (Interior) 3. Tanda petunjuk 4. Tata ruang toko (store layout)	1. Petunjuk toko yang jelas (logo) 2. Memiliki akses masuk toko yang mudah 3. Fasilitas yang diberikan 4. Ruang yang bersih 5. Pencahayaan yang cukup 6. Keadaan yang nyaman 7. Petunjuk adanya promo 8. Penataan produk menarik 9. Penataan mempermudah konsumen	Livert
Sumber: Diolah dari peneliti (2017) dalam (Krisna Putra, 2017)			
Promosi (X2)	1. Personal selling 2. Periklanan 3. Promosi 4. Hubungan Masyarakat 5. Pemasaran Langsung	1. Keramahan karyawan 2. Kesesuaian promosi karyawan 3. Karyawan tanggap 4. Ikaln menarik 5. Keterjangkauan	Livert

		6. Potongan harga 7. Hadiah yang diberikan 8. Keefektifan artikel mengenai promosi	
Sumber : Menurut Bensin 2007 dalam (Edy Kusnadi Hamdun & Nurhasana, 2018)			
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Pemilihan Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	1. Produk sesuai harapan 2. Kepuasan rasa 3. Pelayanan secara cepat 4. Kepuasan penyampaian informasi 5. Kecepatan pemesanan 6. Penanganan keluhan 7. Penilaian konsumen 8. Kebersihan 9. Penelitian konsumen 10. Keinginan membeli kembali	Livert
Sumber : Menurut Kotler & Gary Amstrong 2008 dalam (Natalia & Mulyana, 2014)			

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji statistik yaitu uji non parametik Kolmogorov-smirnov untuk mendapatkan hasil yang lebih variabel, Gozali 2018 dalam (Janamarta et al., 2021)

Uji Multikolinearitas

Dalam (Tantama & Yanti, 2018) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linier antara variabel bebas dengan model regresi.

Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2017: 191) dalam (Widiyanto & Sugandha, 2019).

Uji T

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Simarmata, 2014) dalam (Lenggo Ginny et al., 2018).

Kriteria Pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi t hitung $< 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
3. Apabila nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Apabila nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji F

Menurut Ghozali (2011:98) dalam (Krisna Putra, 2017), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen.

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

H_0 = Secara bersama-sama (simultan) variabel independen tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen.

H_a = Secara bersama-sama (simultan) variabel independen terdapat pengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria Pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika signifikansi f hitung $< 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi f hitung $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Apabila nilai f hitung $>$ f tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Apabila nilai f hitung $<$ f tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2011:97) dalam (Krisna Putra, 2017) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara $0 (0\%) < R^2 < 1 (100\%)$. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (100%) berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen.

Hasil

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2) harus ada parsial dan simultan nya

Model Summary				
Model	R	Adjusted R	Std. Error of	
1	R	Square	Square	the Estimate
1	.770 ^a	.593	.581	3.001

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

b. Dependent Variable: Y

Koefisien Determinasi sering digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi dari variabel dependennya. Suatu nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan juga 1. Koefisien Determinasi dapat dirumuskan dibawah ini yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Penjelasan :

Kd yaitu sebagai koefisien Determinasi

R yaitu sebagai Koefisien Korelasi

Kesimpulannya yaitu berdasarkan tabel bahwa R Square sebesar 0,593 % sehingga variabel bebas X1, X2 dan X3 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y1 yaitu keputusan pelanggan.

Koefisien Determinasi bisa penulis interpretasikan ke dalam rumus yang sudah disebutkan diatas yaitu :

$$Kd = 0,593 \times 0,593 / 100 = 59,3\%$$

Pembulatan 59% yang berarti koefisien determinasi berpengaruh 59% dari 100% , selebihnya dipengaruhi faktor lain.

Model		Coefficients ^{al}						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.396	3.195		2.628	.010		
	X1	.168	.082	.148	2.048	.043	.812	1.231
	X2	.268	.071	.332	3.756	.000	.543	1.842
	X3	.407	.082	.432	4.981	.000	.563	1.775

al. Dependent Variable: Y

$$Y_1 = 8,396 + 0,168 X_1 + 0,268 X_2 + 0,407 X_3$$

Persamaan Regresi Berganda ini dapat Peneliti Interpretasi dibawah ini :

1. Koefisien X1 sebesar +0,168 artinya setiap 1 unit nilai X1 akan menambah nilai Y1 sebesar 0,168 (Yang artinya apabila adanya suasana toko yang baik maka adanya arah yang positif sehingga menambah adanya variabel Y yaitu terhadap keputusan pembelian konsumen)
2. Koefisien X2 sebesar +0,268 artinya setiap 1 unit nilai X2 akan menambah nilai Y1 sebesar 0,268 (Yang artinya apabila adanya promosi yang baik maka ini akan menjadi hal yang positif sehingga menambah adanya variabel Y terhadap keputusan pembelian)
3. Koefisien X3 sebesar +0,407 artinya setiap 1 unit nilai X3 akan menambah nilai Y1 sebesar 0,407 (Yang artinya apabila keragaman produk dilakukan dengan baik maka ini akan menjadi hal yang positif untuk mempengaruhi variabel Y sebagai keputusan pembelian)
4. Untuk Nilai Sig semua variabel yaitu variabel X1,X2 dan X3 semuanya sig (tidak lebih dari 0,05)

Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Model		Coefficients ^{al}						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.396	3.195		2.628	.010		
	X1	.168	.082	.148	2.048	.043	.812	1.231
	X2	.268	.071	.332	3.756	.000	.543	1.842
	X3	.407	.082	.432	4.981	.000	.563	1.775

al. Dependent Variable: Y

Maka untuk Uji T ini dapat diinterpretasikan dibawah ini :

1. Pada variabel *Suasana Toko* (X1) menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 2,048, yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,048 > 1.98472$ yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak dan menyatakan bahwa Variable X(1) *Suasana Toko* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* (Y) dan untuk nilai sig berada pada nilai dibawah 0,05 yang berarti bahwa variabel bebas pada X1 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Y1 (*Suasana Toko*).
2. Pada variable *Promosi* (X2) menunjukkan bahwa t_{hitung} adalah 3.756, yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel} = 3.756 > 1.98472$ yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak dan menyatakan bahwa Variable (X2) *Promosi* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* (Y) dan untuk nilai sig berada pada nilai dibawah 0,05 yang berarti bahwa variabel bebas pada X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Y1 (*Promosi*)
3. Pada variable *Keragaman Produk* (X3) menunjukkan bahwa t_{hitung} adalah 4,981, yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel} = 4,981 > 1.98472$ yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak dan menyatakan bahwa (X3) *Keragaman Produk* berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* (Y) dan untuk nilai sig berada pada nilai dibawah 0,05 yang berarti bahwa variabel bebas pada X3 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

- Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1260.668	3	420.223	46.671	.000 ^b
	Residual	864.372	96	9.004		
	Total	2125.040	99			

a. Dependent Variable: Y

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

$$df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

Kemudian dengan derajat bebas / degree of freedom (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus df2 dengan rumus $df2 = n - k$. dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data.

$$Df2 = n - k = 100 - 4 = 96$$

Maka didapatkan $df1 = 3$ dan $df = 96$ dan nilai F Tabel adalah

Dapat diperoleh bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = 46,671 > 2,70$ hal ini menunjukkan bahwa (X1) *Suasana Toko*, (X2) *Promosi* (X3) *Keragaman Produk* secara bersama sama mempengaruhi (Y1) *Keputusan Pembelian*.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dan juga pembahasan yang telah peneliti lakukan pada Mr.DIY Mall Ramayana Cengkareng, Jakarta Barat mengenai “Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Mr.DIY Mall Ramayana Cengkareng, Jakarta Barat”, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Pengaruh Suasana Toko
Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh suasana toko yang terjadi berpengaruh signifikan terhapa keputusan pembelian konsumen yang dapat dilihat dalam uji t sebesar $2.048 > 1.98472$ yang berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menyaytakan bahwa variabel X_1 sebagai susana toko berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0,043 yang dimana dibawah 0,05.
- b) Pengaruh Promosi
Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh promosi yang terjadi berpengaruh signifikan terhapa keputusan pembelian konsumen yang dapat dilihat dalam uji t sebesar $3.756 > 1.98472$ yang berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menyaytakan bahwa variabel X_2 sebagai susana toko berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0,000 yang dimana dibawah 0,05.
- c) Pengaruh Keragaman Produk
Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh keragaman produk yang terjadi berpengaruh signifikan terhapa keputusan pembelian konsumen yang dapat dilihat dalam uji t sebesar $4.981 > 1.98472$ yang berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menyaytakan bahwa variabel X_3 sebagai susana toko berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0,000 yang dimana dibawah 0,05.
- d) Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Keragaman Produk
Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang disebarkan oleh penulis menyatakan bahwa pengaruh suasana toko, promosi dan keragaman produk yang terjadi berpengaruh signifikan terhapa keputusan pembelian konsumen yang dapat dituliskan dengan rumus keputusan pembelian = suasana toko + promosi + keragaman produk. Maka penelitian ini membuktikan bahwa suasana toko, promosi, dan keragaman produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dengan presentase pengaruh 59% yang dalam uji koefisien korelasi pada tabel acuan sugiyono menunjukkan bahwa hubungan tersebut berada dalam pengaruh sedang.

Saran

Bagi Mr.DIY Mall Ramayana Cengkareng, Jakarta Barat

Disarankan agar perusahaan dapat memperhatikan marketing mix atay bauran pemasarannya terlebih dalam hal mengenai suasana toko, promosi, dan keragaman produk agar lebih menarik perhatian pelanggan loyal agar tetap setia membeli produk.

Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi atau keputusan bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang pemasaran khususnya mengenai keputusan pembelian , suasana toko, promosi, dan keragaman produk untuk dijadikan evaluasi pembuatan penelitian.

Bagi Peneliti Berikutnya

Berdasarkan hasil penelitianm diharapkan dapat dilakukan penelitian lebuh lanjut karena masih banyak hal yang dapat digali ataupun dikaji pada variabel yang diteliti, sehingga dapat menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyana Rida. (2017). *Pengaruh Keragaman Produk, Atmosfer Toko dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Trimitra Mart Kediri*.
- Andy, A., & -, S. (2018). Analisis Pengaruh Kedisiplinan, Prestasi Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.51>
- Andy, A., & Dwi S, I. A. M. S. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Keputusan Kerja Karyawan pada Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia. *Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Keputusan Kerja Karyawan Pada Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia*, 2.
- Edy Kusnadi Hamdun, & Nurhasana. (2018). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO. *Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 61.
- Hernawan, E., AgusKusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM*.
- Janamarta, S., Aprilyanti, R., & Dama Yanti, L. (2021). *The Influence of Corporate Social Responsibility and Company Values on the Welfare of People's Lives*.
- Krisna Putra, Y. (2017). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK (MERCHANDISE), LOKASI TOKO, PROMOSI DAN SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SURYA SWALAYAN SETIA BUDI MEDAN*.
- Lenggo Ginny, P., Hanapi, F., Silaswara, D., & Parameswari, R. (2018). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 –2017. *Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 –2017*, 10.
- Natalia, P., & Mulyana, D. M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (S. H. M. Pd. Setiyawami, Ed.; ke-1, Vol. 546). ALFABETA, cv.
- Pudjo Wibowo, F. X., Sugandha,), Fidellis,), Tholok, W., Program,), Manajemen, S., Buddhi, U., & Tangerang, D. (2020). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA (Studi Kasus di PT Mutiara Nusantara Globalindo). In *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 20, Issue 3).
- Pudjo Wibowo, F. X., Sugandha, S., Tholok, F. W., & Tangerang, D. (2020). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA (Studi Kasus di PT Mutiara Nusantara Globalindo). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(3), 248–258.
- Septiyani Ratna Dilasari, Y. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RABBANI STORE DI KOTA MAGELANG*.
- Tantama, H., & Yanti, L. D. (2018). Effect of Audit Tenure, Profitability, Solvability and Company Size on Audit Delay (Empirical Study on Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2017). *Pengaruh Audit Tenure, Profitabilitas, Solvabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Audit Delay (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Pada Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2017)*, 10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>
- Widiyanto, G., & Sugandha, S. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji*, 17(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>

Pengaruh Promosi Jabatan, Pengembangan Karir dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Mutiara Maju Setia

Sinthiana Monica Septiani^{1)*}, Fidellis Wato Tholok²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾sinthiana.monica@gmail.com

²⁾fidelljst@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Promosi Jabatan
Pengembangan Karir
Lingkungan Kerja
Kepuasan Kerja

Abstrak

Penulisan skripsi ini memiliki tujuan untuk memprediksi adakah pengaruh promosi jabatan, pengembangan karir, dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mutiara Maju Setia.

Analisis linear berganda didapat dari persamaan $Y = 1,753 + 0,468(X1) + 0,269(X2) + 0,260(X3)$, hasil koefisien korelasi didapat dari nilai koefisien korelasi promosi jabatan 0,767, pengembangan karir 0,724, dan juga lingkungan kerja 0,705. Maka kesimpulannya adalah pengaruh promosi jabatan, pengembangan karir dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan bisa dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan.

Hasil analisis uji f diperoleh nilai fhitung promosi jabatan sebesar 145,585, nilai fhitung pengembangan karir sebesar 92,164, dan nilai fhitung lingkungan kerja sebesar 68,809, dengan nilai ftabel sebesar 2,69. Kesimpulannya adalah variabel promosi jabatan, pengembangan karir dan lingkungan kerja adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil uji t diperoleh nilai thitung promosi jabatan 4.379, thitung pengembangan karir 3.017 dan thitung lingkungan kerja 2.910, dengan ttabel 1,98373 yang didapatkan dari distribusi $df = 104 - 3 = 101$, dengan angka signifikan 0,05. Kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

I. PENDAHULUAN

Untuk menghadapi persaingan bisnis di masa ini, setiap perusahaan harus selalu siap untuk menghadapi persaingan yang ada. Sumber daya manusia dalam suatu perusahaan menjadi tolak ukur keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan di tengah – tengah persaingan. Suatu organisasi atau perusahaan harus memahami setiap individu yang ada didalam perusahaan tersebut agar menghasilkan hasil kerja yang optimal.

Nilai produktivitas dan hasil kerja karyawan didalam suatu organisasi ataupun perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor antara lain promosi jabatan, pengembangan karir dan lingkungan kerja.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Pujiarti, 2019, p. 3) “Sumber daya manusia merupakan sekelompok orang yang memiliki fungsi penting untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Menurut (Andy & Sutrisna, 2018) “Sumber daya manusia merupakan sebuah harta yang dikatakan penting dan semua perusahaan harus memilikinya”.

Menurut (Kusnawan, Agus, Andy, Eso Hernawan, Diana Silaswara, 2020) di kutip oleh (Gunawan et al., 2021, p. 3) “*Today's condition must be better than yesterday, and tomorrow's quality of life must be better than today*”.

Menurut (Silaswara, Diana, Parameswari, Rinintha, Kusnawan, Agus, Hernawan, Eso, 2021) “Manajemen Sumber Daya Manusia adalah pencapaian suatu pemahaman fungsi dan peran manajemen SDM dalam sebuah perusahaan”.

Promosi Jabatan

Menurut (Ichsan & Nasution, 2020, p. 460) menyatakan bahwa :
“Promosi jabatan adalah tindakan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas SDM yang ada, perusahaan juga berusaha untuk memberikan motivasi untuk para karyawan dalam bekerja secara efektif dan efisien, juga tidak menimbulkan rasa bosan pada pekerjaannya”.

Menurut Mora Z dalam (Ichsan & Nasution, 2020, p. 460) menyatakan bahwa :
“Promosi jabatan adalah suatu bentuk apresiasi kepada karyawan untuk memberikan kesempatan membangun kreativitas dan inovasinya, agar kinerja yang dihasilkan menjadi sangat baik, sehingga meningkatkan pendapatan yang maksimal bagi perusahaan”.

Menurut Flippo dalam (Hasibuan, 2016, p. 15) menyatakan bahwa :
”Promosi jabatan merupakan kenaikan kedudukan dari suatu posisi awal ke tingkat posisi yang lebih tinggi”.

Pengembangan Karir

Menurut Handoko dalam (Sinambela, 2016, p. 260) menyatakan bahwa :
“Pengembangan karir adalah suatu rencana meningkatkan karir personel yang dipergunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan”.

Menurut Mondy dalam (Sinambela, 2016, p. 260) menyatakan bahwa :
“Pengembangan karir merupakan kumpulan aktivitas untuk menyiapkan seseorang untuk mencapai kemajuan yang diinginkan”.

Menurut Simamora dalam ((Robith, 2019, p. 125) menyatakan bahwa :
“Pengembangan karir yaitu salah satu cara pendekatan untuk memastikan ketersediaan orang yang memiliki pengalaman dalam bidang yang dibutuhkan”.

Lingkungan Kerja

Menurut Sedarmayanti dalam (Robith, 2019, p. 152) menyatakan :
“Lingkungan kerja adalah seluruh area yang dihadapi dengan melihat seseorang bekerja dengan cara kerjanya sendiri juga dengan otoritas kerjanya sendiri maupun kelompok”.

Menurut Nitisemito dalam (Robith, 2019, p. 152) menyatakan :
“Lingkungan kerja merupakan hal-hal dalam kisaran para pekerja yang sangat memengaruhi pekerja untuk melakukan tugas yang dipercayakan”.

Menurut Pawirosumarto dalam (Hartanto & Turangan, 2021, p. 519) menyatakan bahwa :
“Lingkungan kerja memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pegawai. Lingkungan kerja yang baik dan kondusif membuat pegawai dapat bekerja secara optimal, sehat, senang, aman, dan efisien”.

Kepuasan Kerja

Menurut (Sunnyoto, 2018, p. 210) menyatakan bahwa :
“Kepuasan kerja ialah suasana emosional yang menyenangkan dimana karyawan menyenangi pekerjaannya”.

Menurut Mangkunegara dalam (Akhmal et al., 2018) menyatakan bahwa :
“Kepuasan kerja ialah tingkat afeksi pegawai terhadap pekerjaan yang berkaitan dengan sikap pegawai atas pekerjaannya”.

Menurut Mangkunegara dalam (Akhmal et al., 2018) menyatakan bahwa :
“Kepuasan kerja ialah tingkat afeksi pegawai terhadap pekerjaan yang berkaitan dengan sikap pegawai atas pekerjaannya”.

III. METODE

Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2017) “Data Primer adalah sebuah data informasi dari narasumber melalui interaksi secara langsung”

Menurut (Sugiyono, 2017) “Data Sekunder adalah sebuah informasi dari media seperti buku dan jurnal – jurnal terdahulu”

Sumber Data

Sumber data primer didapatkan dari observasi secara langsung dengan objek yaitu, PT. Mutiara Maju Setia, berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan wawancara langsung pada karyawan PT. Mutiara Maju Setia. Dan sumber data sekunder diperoleh dari prantara seperti buku dan jurnal referensi yang berhubungan pada sumber data yang analisa.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini memakai populasi dari seluruh karyawan PT. Mutiara Maju Setia yang berjumlah 104 karyawan. Sampel yang diambil berdasarkan random sampling, yang berarti jumlah responden keseluruhan yang di ambil sebanyak 104 karyawan.

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa :

“Populasi merupakan area general yaitu merupakan obyek atau subyek yang memiliki keunggulan dan karakter masing - masing yang dapat dipelajari dan dapat diberikan kesimpulan.”.

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa :

“Sampel adalah jumlah sebagian populasi tersebut. Seperti contohnya jumlah pegawai pada organisasi tertentu”.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan sebagai berikut :

1. Observasi

Dalam observasi dapat dilakukan secara langsung kepada objek yang diteliti. Untuk mencari tau pengaruh promosi jabatan, pengembangan karir dan lingkungan kerja di PT. Mutiara Maju Setia.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah teknik menyebarkan beberapa pertanyaan / pernyataan yang sudah ditetapkan dan telah disahkan kepada responden untuk di jawab.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan secara langsung memberikan pertanyaan kepada objek yang diteliti.

4. Studi Perpustakaan

Studi perpustakaan dilakukan dengan cara membaca referensi seperti buku serta jurnal – jurnal yang ada kaitannya dengan variabel yang diteliti.

Teknik analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa :

“Menyatakan adanya kecocokan dari data yang nyata pada objek dengan data yang telah ditetapkan dari penelitian”.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *pre-test* untuk mengetahui hasil dari setiap pertanyaan dari kuesioner yang telah disebarkan agar bisa digunakan menjadi alat ukur keadaan responden yang sebenarnya.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa :

“Uji reliabilitas yaitu menyatakan hasil yang sama dari pengukuran objek yang sama”.

Uji reliabilitas adalah suatu alat ukur yang berkonsentrasi terhadap instrumen. Sebuah data obyektif atau sebuah kuesioner bisa dinyatakan reliabel ketika jawaban tersebut dengan pertanyaan yang diberikan konsisten.

Data Responden

Jenis_Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	58	55.8	55.8	55.8
Perempuan	46	44.2	44.2	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 25 Tahun	29	27.9	27.9	27.9
26-30 Tahun	35	33.7	33.7	61.5
31-35 Tahun	28	26.9	26.9	88.5
≥ 36 Tahun	12	11.5	11.5	100.0
Total	104	100.0	100.0	

Tingkat_Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD-SMA	54	51.9	51.9	51.9
	D1-D3	23	22.1	22.1	74.0
	S1	27	26.0	26.0	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

IV. HASIL

1. Analisa Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.767 ^a	.588	.584	1.778	.588	145.585	1	10	.000
2	.804 ^b	.646	.639	1.656	.058	16.549	1	10	.000
3	.821 ^c	.674	.664	1.598	.028	8.468	1	10	.004

a. Predictors: (Constant), Promosi Jabatan

b. Predictors: (Constant), Promosi Jabatan, Pengembangan Karir

c. Predictors: (Constant), Promosi Jabatan, Pengembangan Karir, Lingkungan Kerja

Tabel berikut menunjukkan hasil guna model 1 nilai koefisien korelasi (R) 0,767 dengan nilai (R square) 0,588 yang berarti pengaruh promosi jabatan terhadap kepuasan kerja memiliki nilai 58,8% dan sisanya 41,2% terpengaruh dengan faktor lain diluar variabel terkait. Guna model 2 menunjukkan nilai (R) sebesar 0,804 dengan nilai (R square) 0,646 yang berarti pengaruh pengembangan karir terhadap kepuasan kerja memiliki nilai 64,6% dan sisa 35,4% terpengaruh dengan faktor lainnya di luar variabel terkait, dan guna model 3 menunjukkan nilai (R) sebesar 0,821 dengan nilai (R square) 0,674 yang berarti pengaruh lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja memiliki nilai 67,4% dan sisanya 32,6% terpengaruh dengan faktor lainnya di luar variabel terkait.

2. Tabel Uji Hipotesis
a. Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6.154	3.061		2.010	.047
	Promosi Jabatan	.895	.074	.767	12.066	.000
2	(Constant)	3.653	2.917		1.252	.213
	Promosi Jabatan	.596	.101	.511	5.907	.000
	Pengembangan Karir	.354	.087	.352	4.068	.000
3	(Constant)	1.753	2.890		.607	.546
	Promosi Jabatan	.468	.107	.401	4.379	.000
	Pengembangan Karir	.269	.089	.267	3.017	.003
	Lingkungan Kerja	.260	.089	.246	2.910	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Sumber : Hasil Kuesioner Olahan SPSS 25

Tabel berikut menunjukkan hasil sebagai berikut :

$$Y = 1,753 + 0,468 (X1) + 0,269 (X2) + 0,260 (X3)$$

Jika promosi jabatan mengalami kenaikan atau pengurangan 1 poin, alhasil kepuasan kerja akan terjadi kenaikan atau pengurangan sebanyak 0,468. Jika pengembangan karir kenaikan atau pengurangan 1 poin, alhasil kepuasan kerja akan terjadi kenaikan atau pengurangan sebanyak 0,269. Jika lingkungan kerja mengalami kenaikan atau pengurangan 1 poin, alhasil kepuasan kerja akan terjadi kenaikan atau pengurangan sebanyak 0,260.

Dari pengujian uji T hasil yang diperoleh adalah nilai thitung variabel promosi jabatan sebesar $4,379 > t_{tabel} 1,98373$, variabel pengembangan karir thitung sebesar $3,017 > t_{tabel} 1,98373$, dan variabel lingkungan kerja thitung sebesar $2,910 > t_{tabel} 1,98373$ dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Dengan nilai sig. diketahui bahwa nilai probabilitas promosi jabatan sebesar $0,000 < 0,05$, pengembangan karir sebesar $0,003 < 0,05$ dan lingkungan kerja $0,004 < 0,05$ kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh signifikan atau dapat dikatakan promosi jabatan, pengembangan karir dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

b. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	460.369	1	460.369	145.585	.000 ^b
	Residual	322.545	102	3.162		
	Total	782.913	103			
2	Regression	505.779	2	252.889	92.164	.000 ^c
	Residual	277.135	101	2.744		
	Total	782.913	103			
3	Regression	527.415	3	175.805	68.809	.000 ^d
	Residual	255.498	100	2.555		
	Total	782.913	103			

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

b. Predictors: (Constant), Promosi Jabatan

c. Predictors: (Constant), Promosi Jabatan, Pengembangan Karir

d. Predictors: (Constant), Promosi Jabatan, Pengembangan Karir, Lingkungan Kerja

Sumber : Hasil Kuesioner Olahan SPSS 25

Dari tabel ANOVA berikut mendapatkan hasil :

Pada model 1 diperoleh nilai Fhitung 145,585 > nilai Ftabel 2,69 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Guna model 2 diperoleh nilai Fhitung 92,164 > nilai Ftabel 2,69 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Guna model 3 diperoleh nilai Fhitung 68,809 > Ftabel 2,69 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$ kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat diartikan bahwa penelitian ini terbukti signifikan karena adanya pengaruh promosi jabatan, pengembangan karir dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan.

V. KESIMPULAN

Dalam hasil penelitan juga pembahsan dari bab yang lebih dahulu, maka penulis mampu menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh Promosi Jabatan, Pengembangan Karir dan Lingkungan Kerja secara bersama-sama terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Mutiara Maju Setia yaitu :

1. Kesimpulan Umum

a. Promosi Jabatan

Dari penelitian ini menunjukkan hasil kuesioner yang telah disebarakan oleh penulis dengan jumlah sampel 104 orang responden mengemukakan bahwa pengaruh promosi jabatan yang terjadi ialah sangat baik sehingga memiliki ikatan yang layak atau signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

b. Pengembangan Karir

Dari penelitian ini menunjukkan hasil kuesioner yang telah disebarakan oleh penulis dengan jumlah sampel 104 orang responden mengemukakan bahwa pengaruh pengembangan karir yang terjadi ialah sangat baik sehingga memiliki ikatan yang layak atau signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

c. Lingkungan Kerja

Dari penelitian ini menunjukkan hasil kuesioner yang telah disebarakan oleh penulis dengan jumlah sampel 104 orang responden mengemukakan yaitu pengaruh lingkungan kerja yang ada sangat kuat dan memiliki ikatan yang layak atau signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

d. Kepuasan Kerja

Dari penelitian ini menunjukkan hasil kuesioner yang telah disebarakan oleh penulis dengan jumlah sampel 104 orang responden mengemukakan bahwa pengaruh promosi jabatan yang ada ialah sangat baik dan memiliki ikatan yang layak signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

2. Kesimpulan Khusus

1. Menurut pengujian hipotesis untuk variabel promosi jabatan didapatkan nilai thitung $4,379 > 1,98373$, uji hipotesis untuk variabel pengembangan karir diperoleh hasil thitung $3,017 > 1,98373$, uji hipotesis untuk variabel lingkungan kerja didapatkan nilai thitung $2,910 > 1,98373$. Sehingga dapat disimpulkan yaitu nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel yang sebagaimana H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dinyatakan ada pengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan.
2. Besarnya Pengaruh Promosi Jabatan (X_1) terhadap Kepuasan Kerja (Y) adalah 63,5% sedangkan sisanya 36,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar penelitian ini. Besarnya Pengaruh Pengembangan Karir (X_2) terhadap Kepuasan Kerja (Y) adalah 70% sedangkan sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini dan Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja (Y) 73,1% sedangkan sisanya 26,9% yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmal, A., Laia, F., & Sari, R. A. (2018). Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 07, 20–24.
- Andy, A., & -, S. (2018). Analisis Pengaruh Kedisiplinan, Prestasi Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 18. <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.51>
- Gunawan, I., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2021). *Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City. 1.*
- Hartanto, V. C., & Turangan, J. A. (2021). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepemimpinan, dan Kompensasi Kepuasan Kerja Pegawai Hotel di Jakarta. III(2)*, 518–527.
- Hasibuan. (2016). PENGARUH MUTASI DAN PROMOSI JABATAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 23(6), 4–34.
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi dan Promosi Jabatan terhadap Kinerja Karyawan PT. Taspen Kantor Cabang Utama Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 459–466. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.340>
- Pujiarti. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pilar Guna Usahatama. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(Vol 17 No 1 (2019): Primanomics : Jurnal Ekonomi dan Bisnis), 3. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/87/50>
- Robith, S. A. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia.*
- Silaswara, Diana, Parameswari, Rinintha. Kusnawan, Agus, Hernawan Eso, A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia (1).* Pustaka Kreasi Mandiri.
- Sinambela, P. D. L. P. (2016). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (Membangun Tim Kerja yang solid untuk meningkatkan kinerja).*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (ke-26).* Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA.*

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Haye Coffee)

Dian Meyliana¹⁾, Sonny Santosa²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾dianmeyliana@gmail.com

²⁾snsantosa@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Harga
Kualitas Produk
Kualitas Pelayanan
Suasana Cafe
Kepuasan Pelanggan

Abstrak

Analisis berikut memiliki tujuan untuk pembagian variabel yang berdominan, dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana cafe yang diberikan di Haye Coffee. Kepuasan dapat diartikan yang dapat memperluas pengaruh harga, seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan serta seberapa besar kenyamanan pelanggan terhadap suasana di Haye Coffee sehingga meningkatkan afinitas konsumen yang segera datang.

Analisis dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Selanjutnya untuk menganalisis penulis menggunakan uji validitas dengan korelasi Bivariate Pearson dan untuk menentukan hipotesis menggunakan teknik analisis data yaitu uji T dan uji F (Uji simultan).

Suatu pemecahan masalah dapat di selesaikan secara fleksibel sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap harga, produk, pelayanan, dan suasana cafe pada Haye Coffee Adalah Suasana Café (0,422), Kualitas Produk (0,394), Harga (0,271) Dan Kualitas Pelayanan (0,009), Sehingga faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Haye Coffee adalah faktor Suasana Café.

I. PENDAHULUAN

Globalisasi sekarang, banyaknya usaha coffee shop sebagai sebuah bisnis kecil sehingga seluruh masyarakat menjadikan hidangan coffee sebagai tempat nongkrong bagi kalangan remaja dan di jadikan minuman favorit. Telah banyak pengusaha coffee shop yang beredar di berbagai kota membuat para pembisnis coffee shop saling bersaing. Maka dari itu, pembisnis coffee shop menuntut harus mempunyai inovasi yang tinggi untuk tercapainya pengalihan oleh para pesaing. Bisnis coffee shop jika ingin tetap bertahan, harus adanya banyak peminat agar coffee shop tetap berjalan. Sebuah coffee shop harus memiliki daya tarik yang berbeda dari coffee shop yang lain agar Haya Coffee dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Semakin banyaknya Coffee shop yang ada di daerah Tangerang ini semakin banyak persaingan yang ada, di mulai dari harga yang mudah di beli oleh kalangan manapun baik itu anak sekolah dengan uang jajan yang terbatas ataupun para pengusaha, selain harga kualitas produk juga sangat berpengaruh dalam sebuah bisnis karna dengan kualitas produk masyarakat/pelanggan akan menilai baik tidaknya dalam sebuah makanan/minuman yang jual.

Kualitas Pelayanan dimana respon penjual yang baik akan sangat berpengaruh di dalam sebuah penjualan karna dengan sikap yang ramah dan baik akan menjadikan pelanggan suka dan terus Kembali untuk membeli sebuah minuman atau makanan yang di jual, dengan seperti itu penjualan akan semakin meningkat setiap harinya dan menjadikan pelanggan yang tetap/setia pada sebuah café.

Suasana Café yang ramai akan di nilai dengan para pelanggan yang datang dengan respon baik dan suasana yang enak di kunjungi, di lihat dan di rasakan pada saat meminum /makan di café tersebut. Mendesain suatu café akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan dengan berbagai suasana yang nyaman dan asik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut Consuegra et al menjelaskan bahwa, kelayakan dalam penetapan harga sangat penting agar dapat di terima bagi konsumen bahwa nilai yang diberikan masuk akal. Apabila konsumen merasakan perbandingan harga sebagai penentuan pengambilan keputusan dalam membeli maka akan terjadinya memilih produk disesuaikan dengan kualitas produk yang sebanding dengan harga yang di dapatkan. (Ayu Ratih, Kerti Yasa, 2020).

Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki tingkat pandangan yang berbeda ada yang standar, sedang, dan unggul. Secara persepsi seseorang memiliki tanggapan yang berbeda-beda dari yang sangat puas dan berniat untuk membeli. Sehingga sekelompok pasar bertujuan untuk memasarkan produk dan menerima tanggapan dari beberapa pesaing dan menerima respon dari pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut (Suharto 2017:18) :

“Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki korelasi eksklusif hubungan langsung kemampuan bersaing menggunakan tingkatan keuntungan yg diperoleh dalam suatu perusahaan”.

Suasana Cafe

Menurut (Sunarti 2018) :

"Suasana kafe diselesaikan dalam mendesain ruang toko atau kafe yang sesuai dengan barang yang ditawarkan dan memanfaatkan fasilitas yang ada di kafe dengan menggunakan topik yang paling tepat, agar lingkungan kafe dapat menyatu. konsumen”.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry (Firmansyah, 2018) :

“Mengekspresikan kesenangan konsumen adalah perasaan konsumen tentang jenis pembawa yang dia dapatkan”.

III. METODE

Populasi

Berdasarkan Penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen di *café Haya Coffee*.

Sample

Jumlah sampel yang telah dihitung menggunakan rumus slovin adalah 100 responden. Maka peneliti membagikan kuesioner kepada 100 konsumen di *Café Haya Coffee*.

Teknik Pengumpulan Data

Penulisan skripsi ini dilakukan dengan metode wawancara langsung kepada pemilik café dan penyebaran kuesioner kepada responden untuk mencapai fakta yang diinginkan.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji R

Hasil Uji Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.809	.801	2.367

a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji pada tabel *Model Summary* di atas, dapat dijelaskan bahwa:

Kolom R pada model 1 menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,899. Sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi antara keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap kepuasan klien, karena jauh mendekati koefisien determinasi, yaitu 1.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Hasil Uji Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.158	2.810		-1.480	.142
	Harga	.271	.086	.235	3.166	.002
	Kualitas Produk	.394	.099	.385	3.969	.000
	Kualitas Pelayanan	.009	.073	.009	.129	.898
	Suasana Cafe	.422	.060	.406	7.049	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji pada tabel *Coefficients* di atas, dapat dijelaskan bahwa:

Persamaan ini menjelaskan :

Konstanta (a) : -4,158 (konstanta bernilai negatif) apabila variabel Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café memiliki nilai yang positif di anggap tidak ada atau sama dengan nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan semakin menurun.

Koefisien b1 : 0,271 koefisien variabel memiliki nilai positif artinya jika nilai Harga semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Koefisien b2 : 0,394 koefisien variabel memiliki nilai positif jika nilai Kualitas Produk semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Koefisien b3 : 0,009 koefisien variabel memiliki nilai positif jika nilai Kualitas Pelayanan semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Koefisien b4 : 0,422 koefisien variabel memiliki nilai positif jika nilai Suasana Cafe semakin meningkat, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin tinggi.

Jika pada kolom Sig. Diketahui nilai probabilitas harga sebesar 0,000 dan nilai probabilitas kualitas pelayanan sebesar 0,000. Maka ini dapat menunjukkan apabila nilai probabilitas berada dibawah 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya bahwa harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana cafe mempengaruhi kepuasan pelanggan.

- **Uji F**

Hasil Uji ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2249.393	4	562.348	100.345	.000 ^b
	Residual	532.397	95	5.604		
	Total	2781.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan hasil uji data pada tabel ANOVA^a di atas, dapat dijelaskan bahwa:

a) Hasil perhitungan Uji F ANOVA^a yang didapatkan dari Fhitung untuk model 1 adalah 100,345 dengan tingkat signifikan 0,000 di mana nilai $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $100,345 > 2,70$ sehingga mendapatkan hasil H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh linear antara variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan, sehingga model regresi ini layak untuk digunakan.

b) Menentukan Ftabel :

$$df_2 = n - k = 100 - 4 = 96$$

(angka tersebut adalah penyebut dalam tabel untuk distribusi F)

$F_{\text{tabel}} = 2,70$

Keterangan :

K = Jumlah variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) dan dependen (Y)

N = Jumlah responden

V. KESIMPULAN

Kesimpulan

Pada hasil pembahasan dan penelitian yang penulis lakukan mengenai ‘‘Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan’’ terdapat kesimpulan sebagai berikut :

a. Harga

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan harga yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh sebesar 0,271 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

b. Kualitas Produk

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan kualitas produk yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 0,394 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

c. Kualitas Pelayanan

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan kualitas pelayanan yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 0,009 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

d. Suasana Café

Pada sebuah penelitian yang di lakukan dari hasil jawaban kuesioner dengan jumlah 100 responden mendapatkan respon yang sangat positif dan Sebagian besar jawaban para pelanggan sangat setuju dengan suasana cafe yang di miliki oleh *Haye Cofee* maka dalam penelitian ini penulis menyatakan bahwa suasana cafe memiliki pengaruh sebesar 0,422 dan sisa nya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat di jelaskan pada penelitian ini.

Saran

Pada hasil penelitian ini, maka peneliti merangkum saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan :

- a) Dari hasil penelitian ini di harapkan pemilik cafe lebih mampu meningkatkan kualitas yang ada agar dapat memiliki banyak kepuasan pada sebuah produk yang di miliki.
- b) Lebih banyak melakukan diskon/potongan harga agar banyak orang yang berkeinginan untuk terus menikmati hidangan yang ada.
- c) Dari semua variabel yang penulis teliti alangkah lebih baik nya jika terus di tingkatkan dan di perhatikan lebih detail lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya :

- a) Dalam penelitian ini semua hasil variabel sudah berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor-faktor lain seperti promosi, lokasi, loyalitas pelanggan, citra merek, dan minat pembelian.
- b) Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan kekurangan pada penelitian ini. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan perusahaan sektor lainnya agar hasil penelitian lebih dapat di generalisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. (2017). Uji Formalitas. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sari, N. K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Cafe Sawah Pujon Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Soekanto. (2007). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. Bab II Kajian Pustaka 2.1, 2004, 6–25.
- "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Suasana Café".(n.d.).
- Ghozali. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Keamanan, Privasi terhadap Net Benefit dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Intervening. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 51(9), 1689–1699. file:///C:/Users/User/Downloads/fvm939e.pdf.

Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Intensi *Turnover* Tenaga Kerja Pada PT. Fradisil Jaya Heiwa

Aditya Sulistyawan^{1)*}, Sonny Santosa²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾adityasulistyawan6@gmail.com

²⁾sonny.santosa@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Kompensasi
Motivasi Kerja
Intensi *Turnover*
Tenaga Kerja

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk mengetahui pengaruh variabel kompensasi dan motivasi kerja dengan variabel intensi *turnover* tenaga kerja pada karyawan di PT. Fradisil Jaya Heiwa. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pertanyaan, Sedangkan sampel penelitian digunakan dengan random sampling. Pengumpulan data dengan studi lapangan (kuesioner) ditunjukkan kepada karyawan di PT. Fradisil Jaya Heiwa dengan jumlah 80 karyawan. Analisis data dengan alat statistik SPSS 25.

R Square pada model 1 menunjukkan angka R Square dengan besar 0,493, pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap intensi *turnover* tenaga kerja adalah sebesar 49,3 % sedangkan (100% - 49,3% = 50,7%) dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. Untuk nilai t diketahui bahwa t_{hitung} kompensasi adalah $-2,866$ dari t_{tabel} 0,677, t_{hitung} motivasi kerja adalah $-3,408$ dari t_{tabel} 0,677, dengan signifikansi 0,000 dibawah 0,05 yang berarti secara parsial terdapat pengaruh yang cukup signifikan antara kompensasi dengan motivasi kerja pada intensi *turnover* tenaga kerja pada karyawan.

Untuk F_{hitung} yaitu 37,365 dengan tingkat signifikannya adalah 0,000 yaitu angka $0,000 < 0,05$ & juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $37,365 > 3,11$. Dengan demikian H_0 akan ditolak serta H_a akan diterima, berarti hal itu dikatakan bahwa kompensasi dan motivasi kerja bersama-sama / simultan memiliki pengaruh pada intensi *turnover* tenaga kerja.

I. PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia perlu diatur secara baik sebagaimana mestinya supaya memberi pengaruh positif terhadap perusahaan yang disebut sebagai Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). MSDM merupakan suatu proses mengajar, mengukur, mengkompensasi, serta memperoleh maupun mengelola hubungan tenaga kerja, kesehatan serta kesejahteraan mereka dan hal-hal yang berkaitan dengan keadilan.

Fenomena yang sering terjadi adalah kinerja perusahaan dapat menurun akibat dari perilaku karyawan. Bentuk perilaku karyawan yang merugikan perusahaan adalah intensi *turnover* yang pada akhirnya mengakibatkan karyawan memutuskan untuk keluar dari perusahaan.

* Corresponding author

Turnover karyawan menjadi masalah yang serius bagi perusahaan, sehingga cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi intensi *turnover* adalah dengan memberikan kompensasi yang layak kepada karyawan. Kompensasi merupakan kebutuhan pokok oleh karyawan selaku manusia guna pemenuhan kebutuhan dasarnya.

Faktor yang lain yang juga mempengaruhi intensi *turnover* adalah motivasi kerja karyawan. Karyawan yang mempunyai motivasi kerja akan bekerja dengan semangat untuk menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan. Motivasi kerja merupakan karyawan yang mempunyai semangat kerja yang muncul dari keinginan guna memenuhi kebutuhan pribadi.

Rumusan Masalah

1. Apakah kompensasi berpengaruh terhadap intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa?
2. Apakah motivasi kerja berpengaruh terhadap intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa?
3. Apakah kompensasi dan motivasi kerja secara simultan berpengaruh terhadap intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa?

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi kerja terhadap intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi dan motivasi kerja secara simultan terhadap intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut (Suparyadi 2015) Manajemen SDM ialah suatu sistem yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap, perilaku, serta kinerja karyawan agar dapat memberikan partisipasi yang optimal dalam rangka menggapai tujuan perusahaan.

Pengertian Kompensasi

Kompensasi yaitu pembayaran langsung, tidak langsung kepada karyawan yang berbentuk insentif dengan tujuan meningkatkan motivasi karyawan agar bekerja dengan giat dalam rangka menggapai tingginya produktivitas (Siwy 2017).

Pengertian Motivasi Kerja

Menurut (Hasibuan 2015) motivasi kerja ialah keadaan ataupun kekuatan yang menggerakkan individu yang dipimpin ataupun diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi organisasi bagi korporasi. Karyawan yang memiliki sikap mental yang pro serta positif terhadap lingkungan kerjanya akan lebih termotivasi untuk bekerja keras dan melakukan pekerjaan dengan sebaik-baiknya.

Pengertian Intensi *Turnover*

Menurut (Robbins and Judge T.A. 2018) dalam (Sianipar and Haryanti 2014), *turnover* karyawan mengacu pada karyawan yang secara sukarela meninggalkan suatu organisasi secara permanen. Ini juga mengacu pada karyawan yang bergabung serta keluar dari perusahaan atau organisasi.

III. METODE

Jenis Penelitian

penelitian Kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau dapat disebut penelitian empiris, yaitu penelitian yang data infomasinya diperoleh dari kegiatan di lapangan.

Objek Penelitian

Objek yang dipakai ialah PT. Fradisil Jaya Heiwa, Riset ini dilakukan guna melihat Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Intensi *Turnover* Tenaga Kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa.

Jenis Data

Memakai jenis data Primer, dengan maksud untuk mendapatkan tanggapan yang lebih mendalam terhadap diskusi yang sedang dibahas. Nilai variabel yang diteliti ditentukan dengan menggunakan instrumen penelitian. Akibatnya, jumlah instrumen penelitian yang digunakan akan tergantung pada jumlah variabel yang diperiksa.

Sumber Data

berasal dari distribusi survei yang dilakukan secara pribadi di antara karyawan di PT. Fradisil Jaya Heiwa.

Populasi

Menurut (Sugiyono 2016) Area generalisasi yang disebut "populasi" terdiri dari hal-hal atau subjek dengan jumlah dan kualitas tertentu yang telah ditentukan melalui studi untuk diperiksa dan dari mana kesimpulan bisa dibuat. Populasi pada riset ini sebanyak 100 karyawan, total tersebut ialah karyawan yang bekerja di PT. Fradisil Jaya Heiwa.

Sampel

Sampel diambil dengan menghitung jumlah populasi, yang kemudian dirumuskan kedalam rumus Slovin, sehingga didapat jumlah sampel sebanyak 80 karyawan.

Teknik Analisis Data

Riset ini menggunakan program SPSS versi 25. Dengan beberapa pengujian sehingga mendapatkan hasil dan kesimpulan yang dapat memenuhi tujuan masalah pada riset ini.

Uji Normalitas

Menurut (Ghozali 2016) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik seharusnya memiliki data yang terdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dimana jika menunjukkan lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independent.

Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali 2016) untuk mengolah data yang telah diperoleh serta untuk menguji hipotesis yang diajukan. Teknik analisis regresi berganda dipilih karena dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan secara parsial ataupun secara bersama-sama dan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independent.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali 2016).

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali 2016).

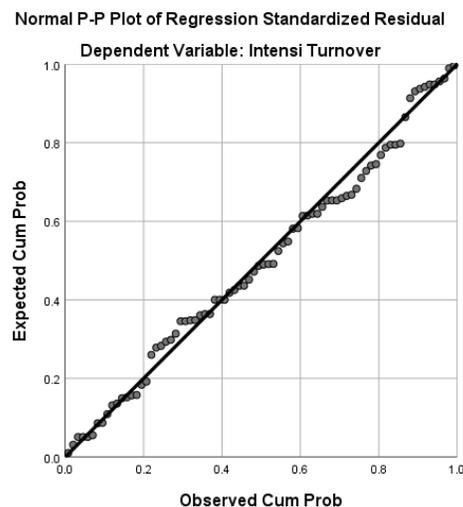
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali 2016).

IV. HASIL

Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas



Menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal / grafik histogram sehingga data menunjukkan pada model yang dipakai sudah memenuhi persyaratan normalitas.

2) Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

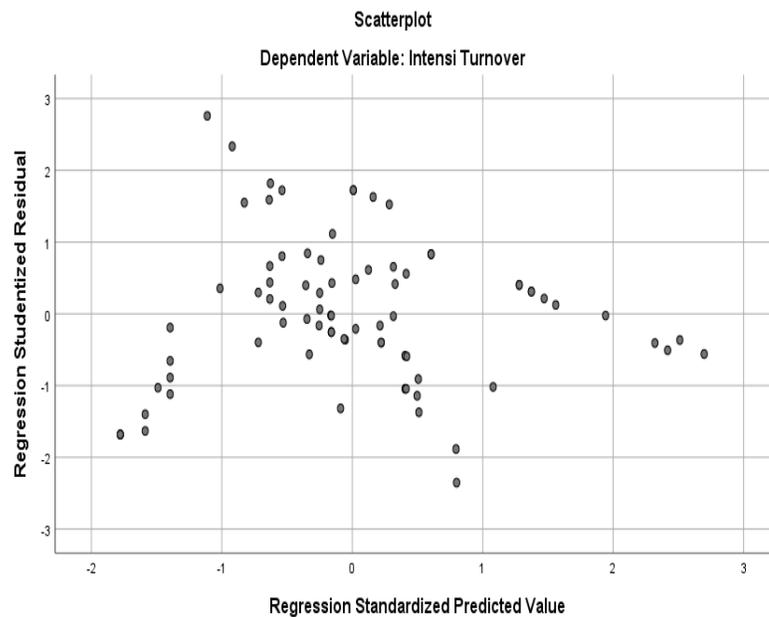
Model	Collinearity Statistics	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kompensasi	.458	2.185

Motivasi Kerja	.458	2.185
----------------	------	-------

a. Dependent Variable: Intensi Turnover

Menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai VIF tiap variabel bebas dalam model dibawah 10. Sehingga model regresi bebas dari masalah multikolinieritas.

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas



Menunjukkan titik yang diperoleh menyebar dengan acak serta tidak membentuk suatu pola / trend garis tertentu. Hal ini menyebabkan data yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 sehingga dapat disimpulkan model ini bebas heteroskedastisitas.

Hasil Pengujian Hipotesis

1) Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1			

1	Motivasi Kerja, Kompensasi ^b	.	Enter
---	---	---	-------

- a. Dependent Variable: Intensi Turnover
 b. All requested variables entered.

Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja adalah variable input (*variable entered*) karena probabilitas dari kompensasi dan motivasi kerja memenuhi kriteria probabilitas, yang probabilitas dari kompensasi serta motivasi kerja dibawah 0,05.

Pengujian signifikansi korelasi ini dilakukan dengan pengujian 1 sisi, dimana proses dasar pengambilan keputusannya berdasarkan probabilitas. yang jika probabilitas ($P > \text{Alpha} = 0,05$) maka H_0 ditolak & H_a diterima.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.479	4.39498

- a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Kompensasi
 b. Dependent Variable: Intensi Turnover

- Kolom R untuk model 1 menunjukkan angka koefisien korelasi dengan besar 0,702. Hal ini mengatakan bahwa ada pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap intensi *turnover* tenaga kerja adalah positif.
- Kolom *R Square* pada model 1 menunjukkan angka *R Square* dengan besar 0,493 merupakan pengkuadratan koefisien korelasi ($0,702 \times 0,702 = 0,493$).
- R Square* adalah koefisien determinasi. Hal ini mengatakan bahwa besarnya pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap intensi *turnover* tenaga kerja adalah sebesar 49,3% sedangkan ($100\% - 49,3\% = 50,7\%$) dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. *R Square* berkisar 0 - 1, semakin besar angka *R Square* menunjukkan semakin kuat pengaruh variabel serta sebaliknya juga.
- Kolom Adjusted R Square untuk model 1 = 0,479.

3) Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	69.867	3.400		20.552	.000
	Kompensasi	-.418	.146	-.344	-2.866	.005
	Motivasi Kerja	-.399	.117	-.409	-3.408	.001

- a. Dependent Variable: Intensi Turnover

Dari tabel diatas dijelaskan sebagai berikut :

1. Kolom t dipakai untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah ada. Dengan cara membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} serta tingkat signifikansi probabilitas.
2. Pada kolom t diketahui bahwa nilai t penelitian untuk kompensasi (X_1) = $-2,866$ dan nilai t penelitian untuk motivasi kerja (X_2) sebesar $-3,408$. Dengan memakai tabel distribusi normal t & memakai tingkat keyakinan pengujian ($1 - \alpha$) sebesar 95% dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% serta derajat kebebasan / *degree of freedom* (df) $N - 2 = 80 - 2 = 78$, maka diperoleh nilai distribusi normal tabel $t = 0,677$. Oleh karena itu, t_{hitung} kompensasi lebih besar dari $-t$ tabel ($-2,866 > -0,677$) & t_{hitung} motivasi kerja lebih besar dari $-t$ tabel ($-3,408 > -0,677$) dengan tingkat signifikansi nilai probabilitas untuk kompensasi sebesar $0,000 < 0,05$ & nilai probabilitas untuk motivasi kerja sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak & H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kompensasi dan motivasi kerja secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap intensi *turnover* tenaga kerja pada di PT Fradisil Jaya Heiwa.

4) Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1443.481	2	721.741	37.365	.000 ^b
	Residual	1487.319	77	19.316		
	Total	2930.800	79			

a. Dependent Variable: Intensi Turnover

b. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja, Kompensasi

Diperoleh F_{hitung} untuk model 1 yaitu 37,365 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka tersebut yaitu $0,000 < 0,05$ & juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($37,365 > 3,11$). Dengan demikian H_0 ditolak & H_a diterima, artinya terdapat hubungan linier antara variabel kompensasi dan motivasi kerja dengan intensi *turnover* tenaga kerja. Maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat digunakan untuk memprediksi intensi *turnover* tenaga kerja.

V. KESIMPULAN

- a. Diketahui koefisien korelasi kompensasi (X_1) dengan besar $-0,645$ yang berarti dimana korelasi memiliki hubungan yang negatif terhadap intensi *turnover*, motivasi kerja (X_2) menunjukkan koefisien korelasi dengan besar $-0,662$. Ini menunjukkan bahwa hubungan motivasi kerja terhadap intensi *turnover* tenaga kerja memiliki hubungan yang negatif dan menunjukkan semakin baik kompensasi dan motivasi kerja akan menurunkan intensi *turnover* tenaga kerja pada PT Fradisil Jaya Heiwa.
- b. Hubungan signifikan dapat dilihat dari nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ yang berarti peningkatan kompensasi dan motivasi kerja dapat menurunkan intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa dan sebaliknya, penurunan kompensasi dan motivasi kerja dapat meningkatkan intensi *turnover* tenaga kerja pada PT. Fradisil Jaya Heiwa.
- c. *R Square* pada model 1 menunjukkan angka *R Square* dengan besar 0,493. Hal ini menyatakan bahwa besar pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap intensi *turnover* sebesar 49,3% sedangkan 50,7% dipengaruhi oleh beberapa faktor lain.
- d. Untuk nilai t diketahui bahwa t_{hitung} kompensasi (X_1) adalah $-2,866$ dan nilai t diketahui bahwa t_{hitung} motivasi kerja (X_2) yaitu $-3,408$. Dengan memakai tabel distribusi normal

t & tingkat kesalahan (a) 78, maka nilai distribusi $-t_{tabel}$ yaitu $-0,677$. Dengan demikian t_{hitung} kompensasi lebih besar dari t tabel ($-2,866 > -0,677$) & t_{hitung} motivasi kerja lebih besar dari t tabel ($-3,408 > -0,677$) dengan tingkat signifikansi nilai probabilitas untuk kompensasi memiliki besar $0,000 < 0,05$ & nilai probabilitas untuk motivasi kerja memiliki besar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak & H_a diterima. Hal ini menunjukkan kompensasi dan motivasi kerja berpengaruh secara parsial secara signifikan pada intensi *turnover* tenaga kerja pada PT Fradisil Jaya Heiwa.

- e. Untuk F_{hitung} pada model 1 yaitu 37,365 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ & $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($37,365 > 3,11$). Dengan itu maka H_0 ditolak & H_a diterima, yang berarti terdapat hubungan linier antara variabel kompensasi dan motivasi kerja terhadap intensi *turnover* tenaga kerja. Maka model regresi tersebut telah layak dan tepat dalam memprediksi intensi *turnover* tenaga kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M.S.P. 2013. *Manajemen Sumber Daya*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- . 2015. *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Robbins, S.P., and Judge T.A. 2018. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sianipar, A.R.B., and K. Haryanti. 2014. “Hubungan Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Kerja Dengan Intensi Turnover Pada Karyawan Bidang Produksi CV. X.” *Jurnal Psikodemensia* 13(1): 98–114.
- Siwy, H.R.L. 2017. “Persepsi Pegawai Terhadap Kesesuaian Kompensasi, Rotasi Pekerjaan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Serta Kinerja Pegawai.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 5(4): 401–18.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke. Bandung: Alfabeta.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suparyadi, H. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.

Pengaruh Penilaian Kinerja, Pengalaman Kerja, Disiplin Kerja, Semangat Kerja, Komunikasi, Dan Pelatihan Kerja Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Pada PT. Trafoindo Prima Perkasa

Efelia Meliana Siregar^{1)*}, Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾efeliameliana@gmail.com

²⁾kusnawanagus71@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Penilaian Kinerja
Pengalaman Kerja
Disiplin Kerja
Semangat Kerja
Komunikasi
Pelatihan Kerja
Pengembangan Karir

Abstrak

Tujuan dari observasi ini yaitu mengkaji pengaruh Penilaian Kinerja, Pengalaman Kerja, Disiplin Kerja, Semangat Kerja, Komunikasi, Pelatihan Kerja Terhadap Pengembangan Karir Karyawan di PT. Trafoindo Prima Perkasa. teknik yang digunakan ialah angket. Kajian yang digunakan pada skripsi ini ialah sistem kuantitatif, tes legalitas, tes realistik, tes normal data, tes heteroskedastisitas, degenerasi efektif berganda, koefisien korelasi, koefisien pemastian, tes t dan uji coba f.

Berlandaskan uraian data yang dilakukan, Penilaian Kinerja (X1) mempunyai dampak atas perhitungan signifikansi sebanyak 0,000, mempunyai perhitungan relevan bertambah rendah pada yang telah disesuaikan sejumlah 0,05, Pengalaman Kerja (X2) mempunyai dampak perhitungan relevan sejumlah 0,000, yakni mempunyai nilai relevan bertambah rendah sesuai disesuaikan 0,05, Disiplin Kerja (X3) mempunyai dampak perhitungan sejumlah 0,000, berarti mempunyai perhitungan yang rendah sesuai jumlah 0,05 Semangat Kerja (X4), Komunikasi (X5) mempunyai dampak atas perhitungan relevan sebesar 0,000 yakni, mempunyai jumlah lebih rendah sesuai yang ditetapkan sebesar 0,05 mempunyai dampak nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti mempunyai nilai signifikansi lebih rendah dari yang disesuaikan sebesar 0,05, Pelatihan Kerja (X6) mempunyai dampak dengan perhitungan relevan sejumlah 0,000 berarti, mempunyai perhitungan bertambah rendah seperti disesuaikan sejumlah 0,05.

I. PENDAHULUAN

Peningkatan karir merupakan proses dilakukan bagi industri atau organisasi dan instansi demi terjadinya pergantian status, pangkat, maupun jabatan pegawai disuatu industri. Peningkatan jabatan pun memfokuskan atas pengembangan kemahiran pegawai. pada metode peningkatan profesi ada tiga bagian yang memiliki peran ialah pribadi, direktur, serta industri. Apabila dilihat dari pengalaman kegiatan beserta penilaian hasil

kinerja seorang pegawai maka, hal tersebut akan menjadi sebuah motivasi akan pengembangan karir pegawai. Namun, dalam mencapai sebuah pengalaman kerja, disiplin kerja, dan semangat kerja yang baik dibutuhkan sebuah usaha, kerajinan dan keuletan pegawai itu sendiri dalam bekerja. Contohnya, bagaimana penilaian kinerja yang diberikan kepada pegawai, pelatihan kerja yang para pegawai lakukan diperusahaan dan bagaimana cara pegawai berkomunikasi dalam bekerja. Itu semua berpengaruh untuk pengembangan karir pegawai itu sendiri. Sedangkan untuk perusahaan pengembangan karir juga memiliki arti penting yaitu apabila seluruh pegawai mempunyai sumber daya manusia (sdm) yang berkompeten serta berkualitas sehingga memiliki pengembangan karir yang baik maka perusahaan atau organisasi akan mencapai target, tujuan, dan juga memiliki sdm yang tidak akan diragukan lagi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Penilaian Kinerja

Menurut (Saefullah, n.d.) menyatakan bahwa :

“Penilaian kinerja adalah kegiatan yang diperlukan untuk menentukan prestasi yang mampu dicapai oleh setiap karyawan”.

Menurut (Farizi & Juventius Wahyu, 2021) menyatakan bahwa :

“Penilaian kinerja merupakan sebuah sistem yang dipakai untuk mengevaluasi serta memahami sejauh mana seorang pegawai sudah melakukan kewajibannya secara menyeluruh. Hal ini memiliki tujuan untuk memberikan umpan balik kepada pegawai sebagai upaya meningkatkan produktivitas serta menjadi dasar pengambilan berbagai kebijakan HCM terhadap pegawai”.

Pengalaman Kerja

Menurut (Wulandari, 2021) menyatakan bahwa :

“Pengalaman kerja merupakan waktu lamanya seorang pegawai bekerja pada tempat yang kerjai dimulai dari saat diterimanya hingga sekarang”.

Menurut (Suryono Efendi & Ogy Winenriandhika, 2021) menyatakan yaitu :

“Beberapa faktor, antara lain lama/waktu bekerja, jumlah pengetahuan serta kemampuan yang dipunyai, dan penguasaan *job desc* serta peralatan, juga dapat memastikan berpengetahuan ataupun tak pribadi pegawai, nan juga merupakan parameter dari keahlian pekerjaan”.

Disiplin Kerja

Berdasarkan (Andy & Sutrisna, 2018) mengutarakan :

“Ketaatan aktivitas menggambarkan kesanggupan dan kemauan mematuhi seluruh aturan perusahaan dan norma-norma sosial yang ada”.

Menurut (Firmansyah et al., 2022) menyatakan bahwa :

“Disiplin merupakan keperluan relevan berisi mengakibatkan keadaan dan kondisi kerja bagi kebutuhan perolehan tujuan perusahaan”.

Semangat Kerja

Menurut (Agus Susanto Naue, 2021) membuktikan :

“Semangat kerja mengacu pada seberapa antusias orang dalam melaksanakan pekerjaan dan kewajiban mereka di dalam perusahaan”.

Menurut (Adrian Ariyanto & Sonny Santosa, 2021) mengutarakan :

“Antusiasme pekerjaan menggambarkan entitas yang membangun pribadi bahagia mengerjakan tugas aktivitas, dimana kebahagiaan aktivitas beserta ikatan hangat yang tercipta dilingkungan kerjanya”.

Komunikasi

Menurut (Fx Pudjo Wibowo, 2018) menyatakan bahwa :

“komunikasi merupakan Pengalihan informasi dari seseorang ke orang lain agar supaya tugas bisa dimengerti dengan jelas”.

menurut (Destiana Utarinasari & Dian Widianingsih, 2022) menyatakan bahwa :

“Komunikasi merupakan tindakan menyampaikan gagasan serta penjelasannya berbentuk arahan kerja lalu instruksi dari pribadi arahan terhadap pegawai maupun anak buah agar mereka dapat menyelesaikan tugas kerja dengan seefisien mungkin”.

Pelatihan Kerja

Menurut (Agus et al., 2021) menyatakan bahwa :

“Pelatihan merupakan aktivitas pengajaran tentang kemampuan yang diperlukan oleh pegawai baru”.

Menurut (Sugandha et al., n.d.) menyatakan bahwa :

“Pelatihan merupakan pemberian pelatihan terhadap pegawai baru dan pegawai yang ada kecakapan yang diperlukan guna melaksanakan pekerjaan dan tugas, contoh terhadap kemampuan pedagang terkini bagaimana cara memasarkan barang saudara”.

Pengembangan Karir Karyawan

Berdasarkan (Larasati, 2018) yaitu :

“Peningkatan profesi membentuk aktivitas-aktivitas yang dilakukan bagi pribadi guna memperoleh strategi karir pribadinya”.

Menurut (Josi Farmiati & Ismail, 2021) menyatakan bahwa :

“Pengembangan karir mengarah terhadap prosedur dimana karyawan diperusahaan memiliki berbagai kewajiban, tingkah laku, kemahiran dalam bekerja, dari waktu ke waktu, dengan keterkaitan untuk tugas dan pekerjaannya”.

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif karena metode kuantitatif sangat ideal diaplikasikan untuk penelitian yang mempunyai masalah yang jelas serta kerap kali dilaksanakan pada populasi yang besar. Penelitian kuantitatif memakai angka untuk membuat generalisasi luas tentang suatu fenomena. Dengan memfokuskan analisis data numerik, pendekatan komputasi dapat digunakan. Yaitu sejumlah angka yang diperlukan pada analisis statistik yang berasal dari skala pengukuran unit analisis yang dikenal sebagai variabel.

Topik Observasi

alamat ketika pengkajian ini merupakan PT. TRAFINDO PRIMA PERKASA yang bermukim di Jalan Raya Siliwangi RT004/RW005, Kelurahan Alam Jaya, Kecamatan Jatiuwung, Tangerang, Banten-Indonesia. Telaah eksperimen ini dilakukan mendapatkan mendapati dampak Evaluasi Kemampuan, kemahiran Kegiatan, Semangat Kerja, Komunikasi, beserta Penataran Kerja terhadap peningkatan jabatan Karyawan di PT. TRAFINDO PRIMA PERKASA.

Jenis Dan Sumber Data

Data primer adalah data yang didapatkan secara empiris dengan cara membagikan kuesioner kepada responden/partisipan. Langkahnya yaitu dengan kegiatan wawancara, observasi, serta survei. Fakta subordinat ialah informasi yang dikumpulkan dengan tidak tepat dengan penghubung. Statistik subordinat yang dipakai pada observasi menggunakan buku serta internet.

Populasi

Menurut Sugiyono dalam (Agus et al., 2022) menyatakan bahwa :

“Populasi adalah golongan luas yang menjadi obyek ataupun subyek dengan sifat-sifat serta ciri-ciri yang ditentukan bagi pengkaji kepada diteliti serta diberi kemahiran”.

komunitas pada observasi ini melambangkan pekerja yang bertugas di PT.Trafoindo Prima Perkasa.

Sampel

Berdasarkan (Sugiyono, 2017) mengemukakan :

“Representatif merupakan fase dari populasi dalam hal besaran serta spesifik”.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut (Fenti Hikmawati, 2017) menyatakan bahwa :

“Statistik parametrik mengasumsikan bahwa data untuk setiap variabel yang akan dievaluasi mengikuti distribusi normal. Akibatnya, sebelum memakai pendekatan statistik parametrik, peneliti wajib terlebih dahulu memastikan bahwa datanya normal”.

Uji normalitas memakai uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) jikalau memperlihatkan banyak merupakan 0,05 hingga petunjuk penyaluran rata-rata. Jikalau memperlihatkan makin rendah merupakan 0,05 hingga statistik tak terdistribusi umum.

Rumus tes normalitas :

$$X_h^2 = \frac{(f_o - f_{\square})^2}{f_{\square}}$$

Keterangan :

X_h^2 : Nilai chi kuadrat hitung.

f_o : Nilai observasi.

f_{\square} : Nilai harapan, didasarkan pada luas bidang kurva x jumlah data observasi.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Widarjono dalam (Nikolaus Duli, 2019) menyatakan bahwa :

“Uji multikolinearitas menentukan apakah faktor partikuler berisi model regresi linier berganda mempunyai hubungan yang sempurna atau tidak. Jikalau faktor partikelir memiliki korelasi yang tinggi, hubungan kurun waktu faktor bebas beserta faktor terikat akan terganggu”.

Menyebutkan tes multikolinearitas :

$$VIF_i = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

Keterangan :

VIF_i : Variance inflation factor

R_j^2 : Koefisien determinasi antara X_1 dengan variabel bebas lainnya.

J : 1,2,...,p

3. Tes Heteroskedastisitas

Berdasarkan (Basuki & Nano Prawoto, 2017) menyatakan :

“ketidaksamaan varians ialah endapan bagi seluruh data dalam bentuk degenerasi disebut sebagai heteroskedastisitas”.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Tes Kefasihan Konklusi (R^2)

Kefasihan Konklusi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,840 ^a	,706	,703	2,681

Pada tabel diatas dapat diidentifikasi bahwa nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,706 ($0,840 \times 0,840$) yang artinya pengaruh variabel dependen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 70.6%. sedangkan sisanya ($100\% - 70.6\% = 29,4\%$) disebabkan oleh daktor-faktor lain.

2. Tabel Tes Asumsi

- Tes T

Uji T Variabel X1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.351	2.381		2.248	.027
	Penilaian Kinerja X1	.854	.056	.840	15.339	.000

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25

Penilaian Kinerja mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 15.339 dimana nilai $15.339 > 198,552$ dengan jumlah relevan sebesar 0,00 dimana perhitungan $0,00 < 0.05$ sehingga H1 dapat, yang maksud Penilaian Kinerja (X1) berimbas signifikan terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y).

Uji T Variabel X2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.944	2.383		2.914	.004
	Pengalaman Kerja X2	.808	.055	.829	14.662	.000

Sumber: SPSS 25

Pengalaman Kerja mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 14.662 dimana nilai $14.662 > 198,552$ dengan jumlah relevan sejumlah 0,00 dimana perhitungan $0,00 < 0.05$ sehingga H2 dapat, yang maksud Pengalaman Kerja (X2) berimbas signifikan terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y).

Uji T Variabel X3

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.179	2.202		1.444	.152
	Disiplin Kerja X3	.898	.051	.871	17.574	.000

Sumber: SPSS 25

Disiplin Kerja mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 17.574 dimana nilai $17.574 > 198,552$ dengan jumlah relevan sejumlah 0,00 dimana perhitungan $0,00 < 0.05$ sehingga H3 dapat, yang maksud Disiplin Kerja (X3) berimbas signifikan terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y).

Uji T Variabel X4

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.809	2.402		2.835	.006
	Semangat Kerja X4	.811	.056	.828	14.599	.000

Sumber: SPSS 25

Semangat Kerja mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 14.599 dimana nilai $14.599 > 198,552$ dengan jumlah relevan sejumlah 0,00 dimana perhitungan $0,00 < 0,05$ sehingga H4 dapat, yang maksud Semangat Kerja (X4) berimbas signifikan terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y).

Uji T Variabel X5

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.517	2.968		3.544	.001
	Komunikasi X5	.733	.069	.729	10.556	.000

Sumber: SPSS 25

Komunikasi mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 10.556 dimana nilai $10.556 > 198,552$ dengan jumlah relevan sejumlah 0,00 dimana perhitungan $0,00 < 0,05$ sehingga H4 dapat, yang maksud Komunikasi (X5) berimbas signifikan terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y).

Uji T Variabel X6

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
B	Std. Error	Beta				

1	(Constant)	10.674	2.743		3.892	.000
	Pelatihan Kerja X6	.748	.066	.754	11.370	.000

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: SPSS 25

Pelatihan Kerja mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 11.370 dimana nilai $11.370 > 198,552$ dengan jumlah relevan sejumlah 0,00 dimana perhitungan $0,00 < 0,05$ sehingga H_4 dapat, yang maksud Pelatihan Kerja (X6) berimbas signifikan terhadap Pengembangan Karir Karyawan (Y).

- **Tes F (Tes Serentak)**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1971.852	6	328.642	72.223	.000 ^b
	Residual	423.188	93	4.550		
	Total	2395.040	99			

a. Faktor terikat : Pengembangan Karir (Y)

b. Dugaan : (Stabil), Penataran pekerjaan (X6), Penilaian Kinerja (X1) , Komunikasi (X5), Pengalaman Kerja (X2), Disiplin Kerja (X3), Semangat Kerja (X4)

Berdasar skema berlandaskan memperoleh tinjau nilai F_{hitung} sebesar 72,223 menggunakan perhitungan substansial yang menduga konstan, yakni sejumlah 0,05 serta $F_{tabel} (1.58) < (72,223) F_{hitung}$, maka dapat diberi kesimpulan tipe regresi berlipat ganda ini amat efisien bagi manfaat. faktor bebas terdiri dari faktor Penilaian Kinerja (X1), Pengalaman Kerja (X2), Disiplin Kerja (X3), Semangat Kerja (X4), Komunikasi (X5), Pelatihan Kerja (X6) bisa bermanfaat bagi memperkirakan faktor terikat yakni Pengembangan Karir Pegawai (Y).

V. KESIMPULAN

Berlandaskan jumlah dari observasi beserta analisis data perihal “Dampak Penilaian Kinerja, Pengalaman Kegiatan, Disiplin Kegiatan, antusiasme pekerjaan, Komunikasi, lalu Pelatihan kegiatan atas Pengembangan Karir Karyawan pada PT. Trafoindo Prima Perkasa”, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu situasi ini mampu kebenaran beserta buatan tes t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung, Maka dapat disimpulkan bahwa penilaian kinerja, pengalaman kerja, disiplin kerja, semangat kerja, komunikasi, dan pelatihan

kerja berpengaruh positif terhadap pengembangan karir karyawan, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan t hitung $>$ t tabel, sehingga H1, H2, H3, H4 dan H5, H6 diterima.

Berlandaskan riset, pengkajian, serta kesimpulan serta terpaku riset, bahwa pendapat yang mampu sampaikan seperti :

Saran kepada industri :

1. Diharapkan PT. Trafoindo Prima Perkasa terus mengevaluasi penilaian kinerja, pengalaman kerja, disiplin kerja, semangat kerja, komunikasi, dan pelatihan kerja agar pengembangan karir karyawan PT. Trafoindo Prima Perkasa terus meningkat

2. Bagi Universitas Buddhi Dharma

Serta buatan penelitian yang sudah dilakukan, pencatat menginginkan observasi ini beroleh menambah ilmu pengetahuan, dan pengalaman ketika menerapkan filosofi nan menubuatkan dapat di Universitas Buddhi Dharma (UBD) serta diimbangi bersama aplikasi nan jelas berada industri.

3. Bagi Peneliti Kemudian :

Dari hasil penelitian nan sudah dilakukan, penulis mengharapkan penelitian ini dapat berguna berisi meningkatkan pengetahuan keahlian serta kemahiran perihal penilaian kinerja, pengalaman kegiatan, disiplin pekerjaan, semangat kerja, komunikasi, lalu pelatihan aktivitas atas pengembangan karir pegawai.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Ariyanto, & Sonny Santosa. (2021). *Pengaruh Mutasi Rotasi dan Motivasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan (Studi pada PT. Kantuna Boga Makmur)*. 1. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1117/562>
- Agus, K., Silaswara, D., & Parameswari, R. (2021). *Analisa Keberhasilan Program Pelatihan menggunakan Webinar di Masa Pandemi Covid-19*. 4. <https://media.neliti.com/media/publications/373538-analysis-of-the-success-of-training-prog-343d7638.pdf>
- Agus, K., Wibowo, F. X. P., & Hernawan, E. (2022). *Analysis of Influencing Factors To Increase Product Selling Value During the Covid-19 Pandemic (Case Study of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila Tangerang, Banten)*. 20. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=bTE6kI8AAAAJ&pagesize=80&citation_for_view=bTE6kI8AAAAJ:bEWYMUwI8FkC
- Agus Susanto Naue. (2021). *PENGARUH SEMANGAT KERJA DAN PEMBERIAN BONUS TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA UD. SEHAT INDAH KOTA GORONTALO*. 4. <http://www.e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/J-MACC/article/view/2639/1738>
- Andy, & Sutrisna. (2018). *Analisis Pengaruh Kedisiplinan Kerja, Prestasi Kerja Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama*. 16.
- Basuki, A. T., & Nano Prawoto. (2017). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis* (PT. RAJAGRAFINDO PERSADA (ed.)).
- Destiana Utarinasari, & Dian Widianingsih. (2022). *Pengaruh Komunikasi terhadap Kinerja Karyawan di RS Mary Cileungsi Hijau*. 3. <https://jurnal.binamandiri.ac.id/index.php/jmbk/article/view/53/40>
- Farizi, H., & Juventius Wahyu. (2021). *Pengaruh Penilaian Kinerja dan Insentif Terhadap Produktivitas Karyawan CV. Mulia Ekatama*.
- Fenti Hikmawati. (2017). *Metodologi Penelitian* (PT. RAJAGRAFIONDO PERSADA (ed.)).

- Firmansyah, Nanda Aulia, & Suhendri. (2022). *PENGARUH MOTIVASI DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN PADA PT. KISEL (TELKOMSEL) PEKANBARU*. 1. <http://journal.jotika.co.id/index.php/JME/article/view/32/29>
- Fx Pudjo Wibowo. (2018). *PENGARUH KOMUNIKASI, KONFLIK, STRES KERJA, DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN (Studi Kasus di Perusahaan Perak Tom's Silver Yogyakarta)*. 12. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1589698&val=5260&title=PENGARUH KOMUNIKASI KONFLIK STRES KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN Studi Kasus di Perusahaan Perak Toms Silver Yogyakarta](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1589698&val=5260&title=PENGARUH%20KOMUNIKASI%20KONFLIK%20STRES%20KERJA%20DAN%20LINGKUNGAN%20KERJA%20TERHADAP%20PRODUKTIVITAS%20KARYAWAN%20Studi%20Kasus%20di%20Perusahaan%20Perak%20Toms%20Silver%20Yogyakarta)
- Josi Farmiati, & Ismail. (2021). *Pengaruh Pengembangan Karir Bank Aceh Syariah*. <http://journal.lembagakita.org/index.php/emt/article/view/408/pdf>
- Larasati, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya manusia*.
- Nikolaus Duli. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. (C. B. UTAMA (ed.)).
- Saefullah, U. A. (n.d.). *Tampilan Dampak Penilaian Kinerja dan Pengembangan Karir terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Perbankan*. Retrieved March 29, 2022, from <https://ijc.ilearning.co/index.php/TMJ/article/view/1761/618>
- Sugandha, Wibowo, F. P., & Hendra. (n.d.). *PENGARUH PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT.JEMBO ENERGINDO*. 3.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (ed.)).
- Suryono Efendi, & Ogy Winenriandhika. (2021). *PENGARUH REKRUTMEN, PELATIHAN DAN PENGALAMAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA KARYAWAN DI PT. MARKETAMA INDAH*. 3. <https://ejournal.goacademica.com/index.php/ja/article/view/383/360>
- Wulandari, S. K. (2021). *PENGARUH PENGALAMAN KERJA, PELATIHAN KERJA, KEMAMPUAN KERJA, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA HOME INDUSTRY DIBIDANG KONVEKSI TERPAL TENDA*. Institut Agama Islam Negeri.

Pengaruh Kebijakan Pajak, Sanksi Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak, Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Pada Masa Pandemi

Hansenlie^{1)*}, Jenni²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾hansenliehansenlie@gmail.com

²⁾jenni_kal@yahoo.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Kebijakan pajak
Sanksi pajak
Mekanisme pembayaran pajak
Tarif pajak
Kepatuhan wajib pajak

Abstrak

Penelitian ini guna untuk menilai kebijakan pajak apa saja yang ditetapkan oleh pemerintah kepada pelaku usaha UMKM, guna untuk menilai sanksi pajak apa saja yang akan dikenakan pemerintah kepada pelaku usaha UMKM, guna untuk menilai mekanisme pembayaran pajak yang ditetapkan oleh pemerintah kepada pelaku usaha UMKM, guna untuk menilai apakah kebijakan pajak, sanksi pajak, mekanisme pembayaran pajak, dan tarif pajak ditetapkan pemerintah akan berpengaruh pada pelaku usaha UMKM.

Penelitian ini mempergunakan metode penelitian kuantitatif. Penentuan sampel penelitian ini dengan metode purposive sampling yang mempergunakan rumus slovin dengan jumlah responden sebanyak 75 orang pelaku UMKM yang terdaftar di Kawasan Pasar Lama Tangerang. Teknik analisis data yang dipergunakan ialah uji parsial (Uji t) dengan bantuan program SPSS 24.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa; Kebijakan Pajak, Sanksi Pajak, Tarif Pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil menengah di Kawasan Pasar Lama; Mekanisme Pembayaran Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil menengah di Kawasan Pasar Lama.

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia, sektor usaha terbesar adalah usaha UMKM yang merupakan salah satu kegiatan perdagangan terbesar disbanding dengan usaha yang sudah besar. Pada tahun 2018-2019 mengalami peningkatan sangat drastis untuk usaha UMKM, namun pada tahun 2020-2021 usaha UMKM ini mengalami penurunan cukup drastis. Penyebab penurunan ini disebabkan oleh

pandemi covid-19 yang di buktikan oleh data yang tercatat dalam kementerian koperasi.



Penurunan, wajib pajak ini tidak patuh dan menjalani kewajiban perpajakannya karena pelaku UMKM hanya mementingkan kelangsungan hidupnya dibanding kepentingan memajukan kesejahteraan negara akan berdampak negatif terhadap negara Indonesia. Dampak negatif-nya ialah penerimaan kas negara menjadi kurang, sehingga proses fasilitas yang diberikan oleh negara kepada masyarakat menjadi terhambat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kebijakan Pajak

Merupakan keputusan yang dibuat oleh pemerintah berisikan ketentuan umum dan tata cara perpajakan didalam mengatasi permasalahan perpajakan di masyarakat.

Menurut (Aswin Padyanoor, 2020,) dalam skripsi yang berjudul Kebijakan Pajak Indonesia Menanggapi Krisis Covid-19: Manfaat Bagi Wajib Pajak menyatakan bahwa:

“Kebijakan pajak ialah kebijakan terkait pajak yang dikembangkan oleh pemerintah didalam mendorong peningkatan dan percepatan arus keuangan, barang dan produksi agar stabil dan layak selama masa pandemi, dan untuk seluruh pihak yang diuntungkan dari kebijakan ini”.

Sanksi Pajak

Menurut (Wahyu Meiranto,2017) menyatakan bahwa :

“Sanksi perpajakan bersifat jera agar wajib pajak tidak melanggar aturan perpajakan. Wajib Pajak yang tidak mematuhi peraturan yang berlaku akan dikenakan sanksi”.

Mekanisme Pembayaran Pajak

Mekanisme pembayaran pajak adalah bagaimana cara kita dapat melakukan sebuah pembayaran perpajakan yang telah ditentukan oleh pemerintah.

Tarif Pajak

Menurut (Zahroh Z.A,2016) menyatakan bahwa :

“Tarif pajak dipergunakan sebagai dasar untuk menghitung berapa pajak yang harus dibayar”.

Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut (Sambodo,2015) yang mengambil kutipan dari Herschel menyatakan bahwa

“Perpajakan ialah transfer sumber daya dari sektor swasta ke sektor pemerintah, bukan akibat ilegalitas, tetapi harus dilaksanakan menurut peraturan yang telah ditentukan, bukan dikompensasi secara langsung dan proporsional”.

III. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini mempergunakan penelitian kuantitatif karena data yang dipergunakan berbentuk numerik. Penelitian kuantitatif guna untuk mendapatkan hasil penelitian dari sampel pada sebuah populasi tertentu.

Sumber Data

Data yang peneliti gunakan ialah data mentah karena data tersebut dikumpulkan oleh peneliti sendiri langsung dari sumber primer atau tempat subyek penelitian. Peneliti mempergunakan hasil kuesioner yang diperoleh dari responden. Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada tanggal 05 Mei 2022.

Populasi dan Sampel

Populasi yang dipilih ialah individu yang tergolong dalam wajib pajak UMKM, lebih spesifiknya lagi penelitian ini berfokus di pasar lama tangerang yang memiliki 300 unit UMKM.

Metode pengambilan sampel ialah mempergunakan teknik purposive sampling, dengan alasan sampel yang diambil memiliki kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi :

1. Harus memiliki NPWP yang menandakan bahwa responden ialah wajib pajak
2. Memiliki penghasilan usaha dibawah 4,8 Milyar dalam setahun
3. Memiliki usaha diruang lingkup Pasar Lama Kota Tangerang

Penentuan ukuran sampel mempergunakan rumus slovin:

$$n = \frac{300}{1 + 300 (10\%)^2} = 75$$

Jumlah sampel dari rumus slovin ialah 75 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner yang dipergunakan oleh si penulis ialah kuesioner Tertutup, karena jawaban dari pertanyaan atau pernyataan yang ada tidak bebas atau sudah ditentukan.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang dipergunakan oleh peneliti ialah analisis data kuantitatif. Analisis kuantitatif ialah analisis yang mempergunakan model statistik, dimana hasil dari analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diintersprestasikan dalam suatu uraian.

1. Uji Statistik

a. Uji Kofisien Determinasi

Menurut (Ghozali,2016) tujuannya menilai seberapa pengaruhnya variabel independen secara simultan (simultan) terhadap variabel dependen, yang dapat dinyatakan dalam bentuk penyesuaian.

b. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Sujarweni & Wiratna,2015) menyebutkan model regresi yang dipergunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$KWPP = \alpha + \beta_1PP + \beta_2KWP + \beta_3SP + e$$

2. Uji Statistik

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t memiliki sebuah ketentuan dimana Jika hasil nilai uji < 0,05 maka variabel (X) terhadap variabel (Y) berpengaruh atau hasilnya dapat diterima, dan Jika hasil

nilai uji > 0,05 maka variabel (X) terhadap variabel (Y) tidak berpengaruh atau hasilnya ditolak.

b. Uji Simultan (Uji f)

Menurut (Ghozali,2017) Uji F dipergunakan guna menilai pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

IV. HASIL

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.331 ^a	.109	.051	.62135

Besarnya total (Adjusted R Square) sebesar 0,510 artinya bahwa sebesar 51,0% variasi kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh varian kebijakan pajak, sanksi pajak, mekanisme pembayaran pajak dan tarif pajak sedangkan sisanya sebesar 49,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.412	3.013		3.788	.000
	KEBIJAKANPAJAK	.155	.101	.190	1.541	.128
	SANKSIPAJAK	.079	.092	.096	.864	.391
	MEKANISMEPEMBA YARANPAJAK	.206	.086	.271	2.386	.020
	TARIFPAJAK	.045	.099	.057	.456	.650

Hasil dari analisis mengatakan bahwa nilai constanta dan juga variabel (X) mendapatkan nilai positif yang artinya constanta dan juga variabel (X) mengalami peningkatan sesuai dengan nilai yang terdapat pada kolom *Unstandardized Coefficients B*.

3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	11.412	3.013		3.788	.000
	KEBIJAKANPAJAK	.155	.101	.190	1.541	.128
	SANKSIPAJAK	.079	.092	.096	.864	.391
	MEKANISMEPEMBAYARANPAJAK	.206	.086	.271	2.386	.020
	TARIFPAJAK	.045	.099	.057	.456	.650

Hasil dari Uji t ini mengatakan bahwa Kebijakan Pajak, Sanksi Pajak, Tarif Pajak tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil menengah di Kawasan Pasar Lama (ditolak), Mekanisme Pembayaran Pajak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak usaha mikro kecil menengah di Kawasan Pasar Lama (diterima).

4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.644	4	2.661	3.661	.009 ^b
	Residual	50.876	70	.727		
	Total	61.520	74			

Hasil analisis yang diperoleh $0,009 < 0,05$, sehingga hipotesis diterima. Artinya bahwa semua variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y).

V. KESIMPULAN

Hasil analisis dari data yang telah di uji pada program SPSS mengatakan bahwa ketiga variabel (X) masing-masing ditolak karena angka-nya tidak memasuki kriteria yang ada, satu variabel (X) diterima karena angka-nya memasuki kriteria yang ada, dan bila semua variabel (X) dijadikan satu maka variabel (X) berpengaruh pada variabel (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Syanti, Dewi, Widyasari, and Nataherwin, 'Pengaruh Insentif Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak Dan Pelayanan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Selama Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9.2 (2020), 17
- Lia Sholehah and Rizka Ramayanti, 'Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Pada Masa Covid 19', *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA* No, 2.1 (2022), 25.
- Kasus, Studi, Wajib Pajak, Orang Pribadi, and Daerah Istimewa Yogyakarta, '(Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Daerah Istimewa Yogyakarta)', September, 2021

- Dea Anisa, 'Bab II Landasan Teori', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019), 1689–99.
- Sumardi; Adiman and Rizkina Miftha, 'Pengaruh Penerapan PP No. 23 Tahun 2018 Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pembayaran Pajak Pada Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)', *Jurnal Perpajakan*, 1.2 (2020), 68–82
<<http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalperpajakan/article/view/808/766>>.
- Darminto & Sri Mulyani, *Metadata, Citation and Similar Papers at Core.Ac.u 1, Pembagian Harta Waris Dalam Adat Tionghoa Di Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang*, 2007, 1
<<https://core.ac.uk/download/pdf/11715904.pdf>>.
- Ika Maria, 'Pengaruh Tax Amnesty, Tarif Pajak Dan Pemahaman Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM', *Skripsi*, 2020, 13.
- 'View of Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Pajak, Dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penggiat UMKM Di Kecamatan Periuk'.Pdf.
- Nadhila Ghassani, 'Perpajakan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Mataram) Skripsi Oleh : Nama : Nadhila Ghassani Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia YOGYAKARTA', 2017.
- D Purnamasari, 'Analisis Penerapan Amnesti Pajak Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Wilayah Tangerang Selatan', *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2018
<<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/39209>>.
- Andini Laurensia, 'PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGUSAHA ONLINE ORANG PRIBADI (Studi Kasus Pengusaha Online Di Jabodetabek)', *Skripsi*, 2020, 13.
- Pada Usaha, Kecil Dan, and Menengah Ukm, 'Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Dan Kepatuhan', 5.2 (2022), 361–69.
- Mayang Pratiwi and Aan Marlinah, 'Pengaruh Tax Amnesty Dan Faktor Lainnya Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak', *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 1.3 (2021), 275–86
<<http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM>>.

Pengaruh Kepemilikan Asing, Intangible Asset Dan Good Corporate Governance Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar Di Bei 2016-2020)

Heni Fortuna^{1)*}, Suhendra²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾henifortuna44@gmail.com

²⁾suhendraubd@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima ;
Perbaikan ;
Diterima ;
Tersedia online

Kepemilikan Asing,
Intangible Asset,
Good Corporate Governance,
Transfer Pricing

Praktik pengalihan kewajiban pajaknya ke low tax rates country sangat lazim dilaksanakan oleh banyak perusahaan multinasional. Berdasarkan perspektif pemerintah, tentunya hal tersebut mereduksi atau bahkan meniadakan potensi penerimaan pajaknya. Dari sisi bisnis, pelaku usaha berupaya menekan pengeluaran (efisiensi biaya) yang meliputi pembayaran pajak penghasilan badan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepemilikan asing, aset tidak berwujud dan tata kelola perusahaan yang baik pada perusahaan manufaktur sejak tahun 2016 hingga tahun 2020. Penelitian ini merupakan studi deskriptif kuantitatif pada perusahaan manufaktur di berbagai industri. sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek (BEI).) pada periode 2016-2020 menjadi objek penelitian. Dalam proses pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode intensional sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti dengan jumlah sampel sebanyak 13 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap pergerakan harga, aset tidak berwujud berpengaruh negatif terhadap keputusan harga transfer, good corporate governance berpengaruh negatif terhadap keputusan harga transfer, Kepemilikan tunai, aset tidak berwujud dan good corporate governance juga mempengaruhi pergerakan harga..

I. PENDAHULUAN

Globalisasi berperan dalam peralihan banyak perusahaan nasional menjadi perusahaan multinasional, di mana perusahaan tersebut memusatkan kegiatan bisnisnya di beberapa negara sekaligus dan tidak hanya terpusat pada satu negara saja. Atau dengan kata lain, sebuah perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang melebarkan sayapnya dengan membangun anak maupun cabang perusahaan di negara lainnya. Transaksi yang dapat dilakukan oleh perusahaan multinasional dapat berupa penjualan aset tidak berwujud, hak lisensi, jasa, barang, dan lain sebagainya. Beberapa transaksi tersebut dapat terjadi diakibatkan karena perusahaan tersebut memiliki anak perusahaan serta apabila antarperusahaan tersebut memiliki suatu hubungan yang istimewa. Menurut UU No.36 Tahun 2008 pada Pasal 18 ayat 4, relasi istimewa yang terjadi antar Wajib Pajak Badan bisa diakibatkan oleh penguasaan modal saham maupun kepemilikan sebuah badan dengan badan lainnya dengan nilai saham sebesar 25% atau lebih, atau dapat juga terjadi apabila beberapa badan dimiliki sahamnya oleh sebuah badan sebesar 25%.

Praktik pengalihan kewajiban pajaknya ke low tax rates country sangat lazim dilaksanakan oleh banyak perusahaan multinasional. Berdasarkan perspektif pemerintah, tentunya hal tersebut mereduksi atau bahkan meniadakan potensi penerimaan pajaknya. Dari sisi bisnis, pelaku usaha berupaya menekan pengeluaran (efisiensi

biaya) yang meliputi pembayaran pajak penghasilan badan. Transfer pricing sebagai kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan penentuan harga transfer transaksi atas intangible assets, jasa, barang, serta transaksi keuangan yang dilaksanakan perusahaan tersebut (Pamungkas dan Nurcahyo, 2018). Transfer pricing tersebut berguna dalam penetapan harga akan suatu jasa maupun barang dan diperjualbelikan dari anak perusahaan kepada induk maupun perusahaan yang lainnya. Harga yang ditetapkan pada transfer pricing tersebut tidak berdasarkan harga pasar, melainkan harga yang sewenang-wenang (Nashiruddin, 2018). Mardiasmo berpendapat bahwa kegiatan transfer pricing bukan merupakan kegiatan yang illegal asalkan kegiatan tersebut tidak dilakukan secara khusus dalam rangka penggelapan pajak. Kegiatan transfer pricing dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak untuk memanipulasi besaran wajib pajaknya, sedangkan potensi kewajiban pajak yang dibebankan terhadap suatu perusahaan multinasional sangatlah besar.

Untuk mengatasi hal ini, negara-negara anggota G20 telah sepakat untuk menutup kerugian transfer pricing mereka untuk meningkatkan transparansi di dunia perpajakan internasional melalui akhir tindakan BEPS (Base Erosi dan Profit Displacement) Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan. (OECD). Untuk mengatasi masalah tersebut, Negara Republik Indonesia mengatur PMK No. 213/PMK.03/2016 tentang jenis dokumen dan/atau informasi tambahan yang harus disimpan oleh Wajib Pajak yang melakukan transaksi dan prosedur dengan Pemangku Kepentingan (Primadhyta, 2017). Transfer pricing ini telah menjadi topik hangat yang marak dibicarakan oleh para otoritas pajak seluruh dunia. Pembatasan transfer pricing sedang diperkenalkan di semakin banyak negara, menurut studi baru. Sebesar 80% bahkan lebih perusahaan multinasional memiliki anggapan bahwa transfer pricing merupakan isu utama yang harus menjadi perhatian kritis. Peristiwa transfer pricing yang telah ditemukan oleh Dirjen Pajak pada tahun 2019 adalah kasus PT. Adaro Indonesia. Perusahaan tersebut berupaya menghindari pembayaran pajak besar di Indonesia melalui transfer pricing, yakni dengan cara menjual batu bara kepada Coaltrade Service International, yakni anak perusahaan PT. Adaro Indonesia yang berdiri di Singapura, namun dengan harga yang lebih rendah dibanding harga pasar. (Ariefana dan Fauzi, 2019) menyebutkan bahwa dari kegiatan transfer pricing tersebut, PT. Adaro Indonesia berhasil mereduksi pajak yang harus dibayar ke pemerintah hingga 125 juta dolar.

Kasus lain yang melibatkan perusahaan besar juga pernah terjadi di Sumatera Utara, yakni kasus yang terjadi pada perusahaan produksi pulp yang memasarkan produknya dalam skala nasional serta internasional. IndonesiaLeaks di tahun 2018 beberapa dokumen yang dapat membuktikan bahwasanya Toba Pulp dan dua perusahaan yang terafiliasi dengan perusahaan tersebut terlibat transaksi yang mencurigakan, di mana terjadinya transaksi tersebut diduga kuat untuk menyembunyikan keuntungan besar yang didapatkan oleh perusahaan tersebut di tahun 2007 – 2016. Selama periode tahun tersebut, PT Toba Pulp Lestari mengklaim bahwa mereka melakukan ekspor bubuk kayu jenis bleached hardwood kraft pulp (BHKP) bernilai jual US\$1 perkilogramnya yang merupakan bahan baku utama kerta, sedangkan pembeli yang membeli produk tersebut di luar negeri justru menyatakan bahwa yang diterima adalah dissolving wood (DW) yang bernilai jual US\$ 1,5 perkilogramnya. Tentunya, hal tersebut memantik kecurigaan bahwa PT. Toba Pulp Lestari sengaja melakukan manipulasi harga dan dokumen untuk mereduksi nilai ekspor yang diterimanya. Temuan tersebut juga diperkuat dengan kemunculan DP Macao yang diduga berafiliasi dengan PT Toba Pulp Lestari. Adapun perusahaan yang telah disebutkan tersebut mempunyai hubungan dengan seorang taipan pemilik Asian Agri yang memiliki histori pengemplangan pajak sehingga pernah didenda hingga 2,5 triliun rupiah. Mekanisme transfer pricing berjalan dengan cara menjual produk kepada perusahaan terafiliasi yang lokasinya di luar negeri dengan harga yang sangat rendah dibanding harga pasar yang mana hal tersebut membuat perusahaan bisa mereduksi kewajiban pajaknya. Sampai dengan tahun 2016, keuntungan hingga ratusan miliar diduga telah berhasil disembunyikan oleh PT. Toba Pulp Lestari. Di tahun 2008, PT. Toba Pulp Lestari menjual 98,2% produknya ke DP Pulp yakni sebesar 197.100 ton bubuk kertas senilai US\$ 115,5 juta, sedangkan penjualan yang didaftarkan oleh DP Macao nilainya adalah sebesar US\$ 139,4 juta. Tentunya hal tersebut tidak masuk akal, sebab keuntungan yang dicatatkan oleh PT. Toba Pulp Lestari hanyalah sebesar US\$ 3,8 juta, sedangkan profit yang dicatatkan oleh DP Macao mencapai US\$ 22,9 juta (Mustofa dan Pakpahan, 2020). Keputusan transfer pricing dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain adalah kepemilikan asing, intangible assets, dan good corporate governance.

Pengaruh yang diberikan oleh kepemilikan asing atas keputusan suatu perusahaan dalam mengimplementasikan praktek transfer pricing disebabkan karena kepemilikan saham di Indonesia strukturnya banyak terkonsentrasi di mana hal tersebut akan memecah pemegang saham pada suatu perusahaan menjadi dua kelompok yakni pemegang saham non-pengendali dan pengendali. Pada sebuah perusahaan yang kepemilikannya terkonsentrasi, maka yang lebih berpengaruh adalah para pemilik saham pengendali, sebab mereka dapat mengetahui akses informasi, dapat mengawasi dan juga memiliki pengaruh dalam pengendalian terhadap kegiatan dari perusahaan. Menurut PSAK No. 15, pihak pemegang pengendali adalah entitas yang persentase penanaman sahamnya mencapai 20% atau lebih, sehingga entitas tersebut dianggap berpengaruh besar untuk mengendalikan sebuah perusahaan. Sedangkan pemegang saham non-pengendali adalah mereka yang besaran sahamnya kurang dari 20%, dan dianggap tidak cukup berpengaruh untuk mengendalikan sebuah perusahaan. Kepemilikan saham yang besar oleh pihak asing akan

menyebabkan pihak asing tersebut mempunyai kuasa untuk turut andil kendali dalam proses membuat keputusan serta kebijakan perusahaan yang dapat memberikan keuntungan kepada pihak asing tersebut, baik secara pribadi, perusahaan, maupun negara asalnya. Penelitian ini menyebutkan bahwa kepemilikan asing diproksikan melalui persentase saham asing yang memiliki besaran 20% atau lebih, di mana hal tersebut berarti bahwa peningkatan kepemilikan asing atas sebuah perusahaan akan juga meningkatkan kemungkinannya untuk melakukan pemanfaatan transfer pricing.

Variabel lain yang menjadi faktor pengaruh dari keputusan transfer pricing ialah intangible asset (aset tak berwujud). Praktek transfer pricing oleh perusahaan multinasional berkorelasi dengan tangible dan intangible assets, di mana kedua hal tersebut haruslah didasarkan oleh prinsip kewajaran harga pasar (Deanti, 2017). Namun demikian, tentunya bukan hal yang mudah untuk melakukan penilaian atas nilai ekonomis dari aset yang tidak berwujud. Penilaian tersebut seharusnya dilakukan oleh pihak ketiga yang independen, namun saat ini, praktek yang terjadi di lapangan adalah biasanya penilaian atas aset yang tidak berwujud tersebut dilakukan oleh pihak yang masih berelasi dengan pihak yang bersakutan (Jafri dan Mustikasari, 2018).

Faktor lainnya yang mempengaruhi transfer pricing ialah tata kelola perusahaan (corporate governance), yakni berdasarkan nilai-nilai sosial penanaman yang tinggi, mematuhi peraturan hukum yang berlaku, mengelola & mengembangkan perusahaan secara bersih, serta memedulikan lingkungan. Mekanisme pengawasan internal dihubungkan dengan realisasi Good corporate governance, bermaksud menekan kemungkinan kecurangan (fraud), disebabkan oleh kecerobohan atau kesengajaan. Good corporate governance tersusun oleh beberapa unsur, yakni: direktur, manajer, kualitas audit, pemegang saham, investor, komisaris, pekerja, akuntan publik, komite audir, beserta berbagai pihak yang terlibat di dalam proses audit. Perusahaan dengan tata kelola kuat akan memperhitungkan semua operasinya, termasuk juga di dalamnya adalah yang bertentangan dengan aturan yang ada. Hal tersebutlah yang memungkinkan good corporate governance menjadi salah satu pemicu terjadinya transfer pricing. Tata kelola yang baik yang dimiliki oleh sebuah perusahaan tentunya akan membuat perusahaan tersebut melakukan pertimbangan atas seluruh kegiatan operasionalnya, utamanya pada hal-hal yang sekiranya akan bertentangan dengan regulasi yang telah diatur oleh pemerintah.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Pengaruh Kepemilikan Asing, Intangible Asset Dan Good Corporate Governance Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di BEI 2016-2020).” Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan oleh penulis, maka dapat diidentifikasi masalah, yaitu: Pengaruh kepemilikan asing yang dimanfaatkan dalam memutuskan keputusan pada suatu perusahaan yang berpotensi untuk menimbulkan keuntungan pada dirinya, Banyak dari perusahaan multinasional yang memindahkan intangible asset ke perusahaan di negara lain, di mana perusahaan di negara lain tersebut sebelumnya adalah perusahaan yang juga dimiliki oleh sang pemilik perusahaan, hal itu karena intangible asset yang besar menjadi perhatian pemerintah dan mengharuskan perusahaan membayar pajak yang besar pula dan Banyak perusahaan yang menggunakan good corporate governance untuk bisa mengontrol atau mengendalikan tindakan manajer dalam mengelola perusahaan, tetapi masih ada beberapa perusahaan lain yang belum mengaplikasikan cara tata kelola dengan baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh rasio kepemilikan asing terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur periode 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor tidak berwujud terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur periode 2016-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh good corporate governance terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur tahun 2016-2020.
4. Mengetahui pengaruh rasio kepemilikan asing, aset tidak berwujud dan tata kelola perusahaan yang baik pada perusahaan manufaktur periode 2016-2020.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Agensi Teori

Teori agensi merupakan teori yang menjadi landasan penelitian ini, di mana teori tersebut perannya sangat esensial di dalam pengimplementasian bisnis perusahaan. (Jensen dan Meckling, 1976) merupakan dua orang yang awalnya mencetuskan teori ini melalui jurnal mereka yang judulnya “Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure”. Korelasi antara manajemen perusahaan (agent) yang berperan dalam mengambil keputusan yang diputuskan oleh perusahaan dan pemilik saham (principal) ialah pemilik dari perusahaan ataupun penanam modal dan yang akan mengevaluasi informasi. Perbedaan kepentingan yang dimiliki oleh manajemen perusahaan dan pemilik saham itulah yang memicu konflik pada hubungan antar keduanya (Jensen dan

Meckling, 1976). Terbentuknya suatu hubungan keagenan sendiri merupakan akibat dari kontrak yang dilakukan oleh pihak principal dalam rangka mempekerjakan serta mendelegasikan kekuasaannya kepada agent untuk mengambil keputusan yang baik untuk principal. Masalah informasi asimetris yang terjadi pada hubungan antara manajemen dan pemegang saham terhadap akitab diteruskannya kewenangan dari (principal) selaku pemegang saham perusahaan kepada (agent) selaku pihak yang didelegasikan dan diberi kewenangan untuk mengelola perusahaan. Konflik antarpemegang saham dengan manajer yang menjadi salah satu jenis masalah keagenan bisa saja dipicu oleh struktur kepemilikan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Nashiruddin, 2018).

Akuntansi Positif Teori

Theo (Watts dan Zimmerman, 1986) dalam jurnal *Positive Accounting Theory* menjelaskan bahwa teori secara ilmiah dapat menggambarkan kebenaran suatu peristiwa akuntansi. Teori ini berguna untuk merumuskan kebijakan ekonomi yang harus diputuskan perusahaan untuk kondisi ekonomi tertentu, serta untuk menjelaskan penyebab kebijakan akuntansi yang dapat menimbulkan masalah, tunduk pada perusahaan dan pihak lain yang berkepentingan dalam laporan keuangan. Teori akuntansi positif merumuskan tiga asumsi manajemen laba, yaitu hipotesis biaya politik, hipotesis perjanjian, dan skema bonus. Dari ketiga asumsi tersebut terlihat bahwa teori akuntansi secara positif mengasumsikan tiga hubungan keagenan, yaitu hubungan antara manajemen dan pemerintah; hubungan antara manajemen dan kreditur; dan hubungan antara manajemen dan pemilik bisnis. Ketimpangan informasi antara agen dan pemegang saham inilah yang akan menyebabkan masalah keagenan, dimana agen sebagai manajer perusahaan mau tidak mau mendapatkan lebih banyak informasi daripada yang diperoleh prinsipal, dan karenanya lebih cenderung menimbulkan moral hazard daripada usaha kecil.

Transfer Pricing

PSAK No. 7 Tahun 2010 menyatakan bahwasanya relasi istimewa yang dimiliki oleh beberapa pihak terjadi apabila satu pihak bisa mengontrol ataupun mempengaruhi keputusan pihak yang lain secara signifikan. Transaksi antarpihak yang memiliki relasi istimewa tersebut bertujuan untuk mengalihkan sumber daya maupun kewajiban antar pihak-pihak tersebut tanpa mempedulikan dan memperhitungkan harga yang ditransaksikan. Mekanisme transfer pricing, apabila diaplikasikan bagi organisasi terdesentralisasi, merupakan transaksi yang dikeluarkan oleh sebuah divisi namun transaksi tersebut menjadi masukan bagi divisi yang lain. Transfer pricing juga diartikan sebagai penetapan harga pada transaksi antar pihak yang memiliki relasi tertentu berdasarkan apa yang termaktup di Peraturan Dirjen Pajak No. PER-43/PJ/2010, yang terakhir diperbaharui dengan PER-32/PJ/2011 pada pasal 1 ayat 8. Transfer pricing didefinisikan sebagai cara menetapkan harga antarperusahaan terafiliasi, seperti transfer pricing berdasarkan biaya seperti biaya produk penuh, produksi penuh, dan produksi variabel, menurut definisi yang berbeda. Semua biaya produksi, termasuk fungsi bisnis, termasuk dalam keseluruhan biaya produksi (desain, distribusi, pemasaran, riset dan pengembangan, dan layanan pelanggan). Biaya ini bisa aktual atau dianggarkan (Kusuma dan Wijaya, 2017). Berdasarkan pemaparan tersebut maka peneliti berkesimpulan bahwa transfer pricing merupakan keputusan perusahaan dimana akan menjadi penentu harga setiap terjadinya transaksi barang ataupun jasa, yang apabila mengacu pada prinsip kewajaran, maka kegiatan tersebut dilakukan oleh perusahaan dengan relasi istimewa.

Kepemilikan Asing

Didefinisikan kepemilikan asing sebagai saham yang kepemilikannya dimiliki oleh lembaga ataupun orang asing (Refgia, 2017). Besaran saham yang ditanamkan oleh asing adalah besaran modal asing kepemilikan yang bersangkutan. Besaran saham yang beredar mengacu padabesaran saham yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan. Pemegang saham nonpengendali mempercayakan pengelolaan kepada pemegang saham pengendali, sebab mereka dianggap lebih mudah mendapatkan informasi dan mempunyai posisi yang lebih bagus (Rasyid, 2020). Karena penetapan Transfer pricing adalah transaksi antara perusahaan dan entitas asing, pemegang saham asing berwenang untuk mengontrol perusahaan berhak atas suara untuk menentukan apakah perusahaan mentransfer harga atau tidak. Kepemilikan asing sangat signifikan karena merupakan sumber utama pertumbuhan ekonomi. Seiring bertambahnya jumlah perusahaan milik asing, demikian pula jumlah investor dengan hak suara. Hal ini memungkinkan investor luar negeri untuk melacak keputusan manajemen untuk memastikan bahwa mereka adalah kepentingan terbaik dari pemegang saham perusahaan. Tingginya kepemilikan asing akan diiringi oleh tingginya insentifnya dalam melakukan pengawasan dan memutuskan keputusan transfer pricing-nya.

Intangible Asset

Aset tak berwujud atau intangible asset bisa diklasifikasikan lagi menjadi dua, yakni intangible assets yang bisa diidentifikasi intangible asset yang tidak bisa diidentifikasi. intangible asset yang bisa diidentifikasi berkaitan dengan keistimewaan yang terbatas manfaatnya selama waktu tertentu. Sebaliknya, intangible asset yang tidak bisa

diidentifikasi merupakan aset internal yang bisa dikembangkan kembali, dapat juga berupa aset yang dibeli namun tidak bisa teridentifikasi. Aset tak berwujud jenis ini biasanya bisa bermanfaat dalam jangka waktu yang tidak terhingga, misalnya berupa goodwill, iklan, pengembangan, penelitian, dan lain sebagainya. PSAK no.19 pada penyesuaian 2015 menyebutkan bahwasanya aset berwujud (intangible asset) bisa diakui bilamana sebuah perusahaan diproyeksikan akan mendapatkan manfaat ekonomis yang besar di masa depan melalui aset tersebut, serta biaya perolehannya bisa terukur.

Good Corporate Governance

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh Center For European Policy Study (CEPS), diketahui bahwasanya good corporate governance merupakan sistem keseluruhan mencakup perencanaan hingga pengontrolannya secara eksternal maupun internal perusahaan dan tetap mempertimbangkan hak, yang dalam hal ini ialah keseluruhan stakeholder yang berkepentingan. Good corporate governance bisa juga dimaknai sebagai struktur, sistem, dan proses keseluruhan yang dapat dimanfaatkan seluruh komponen perusahaan dalam rangka meningkatkan nilai tambah secara berkesinambungan. Corporate Governance sebagai sebuah budaya, atau kebiasaan-kebiasaan yang kemudian menjadi ciri khas dan kemudian menjadi nilai (value) dari sebuah perusahaan tersebut (Hadifadhulloh, 2020).

III. METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif berpedoman pada filosofi positivis, yang dapat digunakan ketika peneliti ingin menguji hipotesis untuk populasi tertentu di mana pengumpulan dan analisis data dilakukan secara kualitatif (Sugiyono, 2018:16). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel bebas. Khususnya kepemilikan asing, aset tidak berwujud, tata kelola perusahaan yang baik, yang variabel terikatnya adalah harga transfer. Berbagai perusahaan manufaktur di sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020 merupakan topik yang harus dikaji dan disimpulkan oleh peneliti. Berbagai perusahaan manufaktur di sektor industri tercatat di pasar saham Indonesia. Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi subjek penelitian untuk periode 2016-2020. Dalam prosedur pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode purposive sampling, dimana pemilihan dilakukan berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Data penelitian ini dikumpulkan melalui desk study, pengumpulan data ini diambil dari data dari berbagai perusahaan manufaktur di sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2016 hingga tahun 2020. Setelah mengumpulkan data, dilakukan proses seleksi. dipandu diadakan selama latihan. Purposive sampling digunakan sebagai metode pengambilan sampel dalam penelitian ini. Purposive sampling adalah metode pengumpulan data berdasarkan kriteria dan tujuan penelitian. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis kuantitatif, yaitu pengukuran data menggunakan angka atau skala numerik. Analisis penelitian ini menggunakan software statistik, khususnya SPSS 26. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

IV. HASIL

1. Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel IV.1 Statistik deskriptif variabel
 Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
TP_Y	65	-1,88	-,07	-,7482	,48699
OWN_X1	65	,20	,92	,5880	,22138
IT_X2	65	,00	16,43	3,9226	5,15866
GCG_X3	65	,14	1,00	,3382	,14011
Valid (listwise)	N 65				

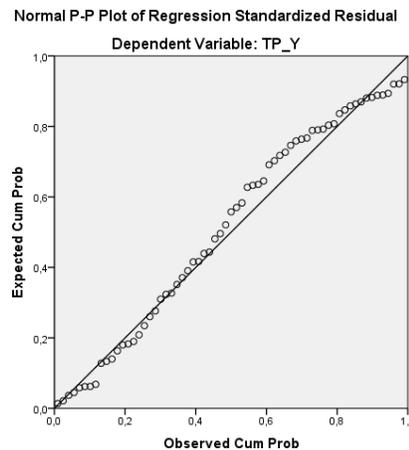
Berdasarkan tabel IV.1 diketahui variabel dependen TP (Y) pengukurannya dilakukan melalui data transaksi yang dilakukan dengan pihak berelasi (related party transaction) yang memicu timbulnya piutang pihak berelasi. Tabel IV.7 di atas memperlihatkan nilai TP (Y) terendah sebesar -1,88 pada perusahaan VOKS tahun 2019 dan nilai maksimum -0,07 pada perusahaan GDYR tahun 2020. Nilai rata-rata pada variabel TP sebesar -0,74, di mana nilai mean tersebut menunjukkan rerata sampel melaksanakan related party transaction sebesar -7% dengan standar deviasi 0,48. Didapatkannya nilai mean yang lebih tinggi dibandingkan nilai standar deviasinya menunjukkan sebaran data dalam penelitian sangat baik. Variabel OWN (X1) menunjukkan nilai minimum sebesar 0,20 yang lebih tepatnya didapatkan oleh JECC, nilai maksimum sebesar 0,92 yang lebih tepatnya didapatkan oleh IKBI, nilai mean sebesar

0,58 dan standar deviasinya sebesar 0,22. Didapatkannya nilai mean yang lebih tinggi dibandingkan nilai standar deviasinya menunjukkan sebaran data dalam penelitian sangat baik. Variabel IT (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar 0,00 yang lebih tepatnya didapatkan oleh BATA, nilai maksimum sebesar 16,3 yang lebih tepatnya didapatkan oleh ASII, nilai mean sebesar 3,922 dan standar deviasinya sebesar 5,158. Didapatkannya nilai mean yang lebih rendah dibandingkan nilai standar deviasinya berarti data IT sifatnya homogen. Variabel GCG (X3) menunjukkan nilai minimum sebesar 0,1 yang lebih tepatnya didapatkan oleh CNTX, nilai maksimum sebesar 1,00 yang lebih tepatnya didapatkan oleh INDR, nilai mean sebesar 0,33 dan standar deviasinya sebesar 0,1. Didapatkannya nilai mean yang lebih tinggi dibandingkan nilai standar deviasinya menunjukkan sebaran data dalam penelitian sangat baik

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas melalui grafik *normal probability plot* dan *Kolmogorov Smirnov* tersaji pada gambar dan tabel IV.2.

Gambar IV.2 Hasil Uji Normal Probability Plot



Data yang tersaji pada gambar IV.2 menggambarkan pola grafik yang normal. Hal tersebut disebabkan oleh sebaran data mengikuti dan terletak di sekitar garis diagonal, yang berarti data berdistribusi normal dan memenuhi kriteria asumsi normalitas.

**Tabel IV.3 Hasil uji normalitas kolmogorov smirnov
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,43130129
Most Extreme Differences	Absolute	,096
	Positive	,062
	Negative	-,096
Test Statistic		,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Hasil pengujian *Kolmogorov-smirnov* yang tersaji dalam tabel IV.8 menunjukkan nilai signifikansi 0,200 ($p > 0,05$), di mana hal tersebut berarti data penelitian berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas dilakukan guna untuk mengetahui apakah terdapat korelasi diantara variabel independent lain dalam satu model. Model regresi yang baik akan tidak terdapatnya korelasi antara variabel independent. Hasil uji multikolinearitas tersaji pada tabel IV.3

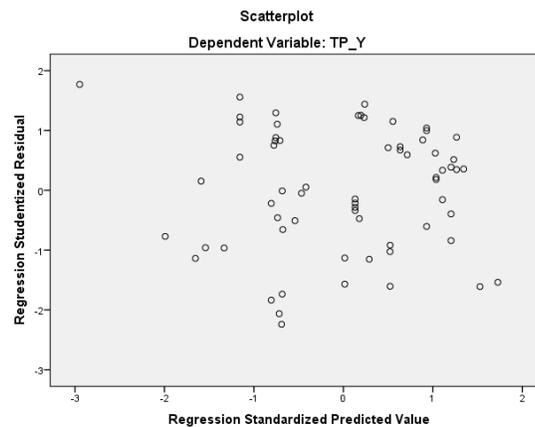
**Tabel IV.3 Hasil uji multikolinearitas
 Coefficients^a**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
OWN_X1	,920	1,088
IT_X2	,955	1,047
GCG_X3	,880	1,136

a. Dependent Variable: TP_Y

Sajian tabel IV.3 menunjukkan nilai *Tolerance* setiap variabelnya lebih tinggi daripada 0,1 dan nilai VIF pada setiap variabelnya lebih rendah daripada 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas pada data. Hasil uji heteroskedastisitas tersaji pada grafik di gambar IV.1

Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sajian dari gambar IV.1 menunjukkan ketiadaan pola pada grafik *scatterplot*, sehingga interpretasi atas data penelitian ini adalah tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas. Hasil uji autokorelasi tersaji pada tabel IV.4.

**Tabel IV.4
 Hasil Uji Autokorelasi
 Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,464 ^a	,216	,177	,44178	1,615

a. Predictors: (Constant), GCG_X3, IT_X2, OWN_X1

b. Dependent Variable: TP_Y

Berdasarkan tabel IV.4 diketahui nilai durbin watson adalah 1,615, di mana hal tersebut berarti bahwa nilai yang didapatkan berada pada rentang -2 hingga 2 yang berarti data penelitian ini tidak mengalami autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi (R²) tersaji pada tabel IV.11.

Tabel IV.5 Hasil koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,464 ^a	,216	,177	,44178	1,615

a. Predictors: (Constant), GCG_X3, IT_X2, OWN_X1

b. Dependent Variable: TP_Y

Pada tabel IV.5 dapat dilihat nilai Adjusted R Square yang didapatkan dalam penelitian ini adalah 0,177 atau 17,7%. Nilai tersebut menunjukkan variabel bebas dalam hal ini adalah OWN (X1), IT (X2), dan GCG (X3) memiliki kapabilitas untuk mempengaruhi variabel tergantung atau dalam hal ini adalah TP (Y). Adapun sisanya yaitu 82,3% lainnya disebabkan variabel lain di luar variabel penelitian.

Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.6 Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,669	,252		2,655	,010
OWN_X1	,566	,260	,257	2,176	,033
IT_X2	-,027	,011	-,283	-2,441	,018
GCG_X3	-,908	,420	-,261	-2,162	,035

a. Dependent Variable: TP_Y

Dapat dilihat dari tabel IV.12 persamaan hasil regresi linear berganda yang didapatkan adalah:

$$RPT = 0,669 + 0,566 X1 - 0,027 X2 - 0,908 X3 + e$$

1. Nilai konstanta 0,669 berarti bahwa bilamana kondisi variabel OWN (X1), IT (X2), dan GCG (X3) dianggap konstan, maka nilai TP (Y) diproksikan dengan RPT bernilai 0,669.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel OWN (X1) memiliki nilai yang positif di mana hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwasanya variabel OWN (X1) berpengaruh positif terhadap variabel TP (Y). Maknanya, tingginya variabel OWN (X1) akan diiringi juga oleh tingginya variabel TP (Y). Positifnya hasil koefisien regresi juga menggambarkan bahwa kepemilikan asing mempengaruhi transfer pricing secara positif.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel IT (X2) memiliki nilai yang negatif di mana hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwasanya variabel OWN (X1) berhubungan negatif variabel TP (Y). Maknanya, kenaikan IT (X2) akan meningkatkan nilai koefisien regresi TP (Y).
4. Nilai koefisien regresi pada variabel GCG (X3) memiliki nilai yang negatif di mana hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwasanya variabel GCG (X3) berhubungan negatif variabel TP (Y). Maknanya, kenaikan GCG (X3) akan meningkatkan nilai koefisien regresi TP (Y)

Uji T

Berdasarkan sajian tabel IV.6 adalah:

- a. Pengaruh kepemilikan asing terhadap transfer pricing
 Pada variabel OWN (X1) nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,033 ($p < 0,05$) yang berarti H_0 ditolak. Mengacu pada hasil signifikansi pada uji t dan hasil koefisien regresi dari uji analisis regresi berganda, maka dapat diinterpretasikan bahwasanya variabel OWN (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel TP (Y) sehingga hipotesis pertama penelitian ini diterima.
- b. Intangible asset terhadap keputusan transfer pricing
 Pada variabel IT (X2) nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,018 ($p < 0,05$) yang berarti H_0 ditolak. Mengacu pada hasil signifikansi pada uji t dan hasil koefisien regresi dari uji analisis regresi berganda, maka dapat diinterpretasikan bahwasanya variabel IT (X2) memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap variabel TP (Y) sehingga hipotesis kedua penelitian ini ditolak.

- c. Good corporate governance terhadap keputusan transfer pricing. Pada variabel GCG (X3) nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,035 ($p < 0,05$) yang berarti H_0 ditolak. Mengacu pada hasil signifikansi pada uji t dan hasil koefisien regresi dari uji analisis regresi berganda, maka dapat diinterpretasikan bahwasanya variabel GCG (X3) memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap variabel TP (Y) sehingga hipotesis ketiga penelitian ini ditolak

Uji F

**Tabel IV. 7 Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,273	3	1,091	5,590	,002 ^b
Residual	11,905	61	,195		
Total	15,178	64			

a. Dependent Variable: TP_Y

b. Predictors: (Constant), GCG_X3, IT_X2, OWN_X1

Sajian tabel IV.14 menunjukkan nilai F hitung 5,590 dan nilai signifikansi 0,002 ($p < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak atau berarti variabel OWN (X1), IT (X2), dan GCG (X3) secara simultan mempengaruhi TP (Y) secara signifikan

V. KESIMPULAN

Penelitian ini mengambil 13 sampel yang sesuai dengan kriteria kemudian menganalisis datanya menggunakan analisis regresi berganda. Simpulan hasil penelitian menunjukkan jika:

1. Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap variabel harga transfer. Hal ini memberitahuakan bahwa meningkat rasio kepemilikan asing dalam perusahaan maka meningkat jua kegiatan transfer pricing. Keterlibatan pihak asing yg lebih akbar akan memberikan imbas yg signifikan pada memilih keputusan pada perusahaan, contohnya pada memilih harga atau jumlah transaksi transfer pricing kepada pemangku kepentingan lainnya buat memperoleh manfaat yg sebesar-besarnya melalui penggunaan fakta asimetris.
2. Aset nir berwujud mempunyai imbas negatif dalam keputusan harga transfer. Hasil ini memberitahuakan bahwa semakin tinggi aset nir berwujud, semakin rendah kegiatan transfer pricing. Sementara transaksi aset nir berwujud nir selalu mendeskripsikan keberadaan harga transfer pada mana laba dikirimkan ke negara-negara menggunakan tarif pajak yg rendah, sulit buat melacak aset nir berwujud ini lantaran kurangnya fakta, fakta buat mencari, bernegosiasi & memilih harga yg sebanding.
3. Good corporate governance berpengaruh negatif terhadap keputusan transfer pricing. Hasil ini memberitahuakan bahwa jika suatu perusahaan menerapkan praktik rapikan kelola perusahaan yg baik maka akan berdampak dalam penurunan kegiatan transfer pricing. Tata kelola perusahaan yg baik yg diwakili sang komite audit bisa dipahami menjadi rapikan kelola perusahaan yg mendeskripsikan bahwa perusahaan sudah menerapkan peraturan yg berlaku. Komite audit mempunyai fungsi supervisi independen atas pelaporan keuangan & proses pengambilan keputusan, khususnya keputusan penerapan transfer pricing.
4. Fluktuasi rasio kepemilikan asing, aset nir berwujud & rapikan kelola perusahaan yg baik secara bersamaan menghipnotis variabel harga transfer sebagai akibatnya hipotesis keempat penelitian ini diterima. Perusahaan asing yg memegang saham menggunakan rasio 20% atau lebih bisa dipercaya mempunyai imbas yg signifikan terhadap pengendalian perusahaan, sebagai akibatnya bisa dianggap menjadi pemegang saham secara umum dikuasai asing. Oleh lantaran itu, krusial bagi perusahaan buat mempunyai rapikan kelola perusahaan yg baik sebagai akibatnya bisa mempertimbangkan kegiatan transfer pricing yg akan diputuskannya. Tentu saja, politik sebuah perusahaan sangat dikendalikan sang negara berdari pemegang saham pengendali terbesar.

Dalam keberjalanannya, penelitian ini menemui beberapa keterbatasan. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan oleh peneliti antara lain adalah:

1. Bagi Perusahaan

Manajemen setiap perusahaan, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan telah terdaftar di BEI hendaknya meningkatkan kinerjanya untuk dapat mencapai tujuan dan tidak memberikan kerugian kepada negara melalui kegiatan evaluasi atas tindakan perusahaan di mana hendaknya tindakan yang diambil perusahaan tidak bertentangan dengan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah, serta dapat menyelaraskan target perusahaan dengan harapan dari para pemegang saham.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti topik yang relevan dapat menggunakan perusahaan lain sebagai sampel, serta menambahkan variabel yang lain agar pengetahuan mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan Transfer Pricing perusahaan dapat diketahui secara lebih komprehensif

DAFTAR PUSTAKA

- Ariefana, P., & Fauzi, A. (2019). Perusahaan Boy Thohir, Adaro Energy Diduga Menggelapka Pajak. *Www.Suara.Com*. <https://www.suara.com/bisnis/2019/07/04/183343/perusahaan-boy-thohir-adaro-energy-diduga-menggelapkan-pajak>
- Colgan, P. M. (2001). Agency theory and corporate governance: a review of the literature from a UK perspective. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., May, 1–77.
- Deanti, L. R. (2017). Pengaruh Pajak, Intangible Assets, Leverage, Profitabilitas Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Multinasional Indonesia. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadifadhulloh, F. (2020). Pengaruh Penghindaran Pajak, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Transfer Pricing Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (B. In Skripsi (Vol. 1). Universitas Negeri Semarang.
- Hartati, W., Desmiyawati, & Julita. (2015). Tax Minimization, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal SNA*, 241–246.
- Jafri, H. E., & Mustikasari, E. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak, Tunneling Incentive dan Aset Tidak Berwujud Terhadap Perilaku Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Memiliki Hubungan Istimewa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 3(2), 63. <https://doi.org/10.20473/baki.v3i2.9969>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 1–56. <https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). (2006). Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia.
- Kusuma, H., & Wijaya, B. (2017). Drivers of the Intensity of Transfer Pricing : An Indonesian Evidence. *Proceedings of the Second American Academic Research Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences*, April, 1–15.
- Mangoting, Y. (2000). Aspek Perpajakan Dalam Praktek Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 2(1), 69–82.
- Mustofa, A., & Pakpahan, R. T. (2020). Analisa Hukum Manipulasi Dokumen Ekspor Toba Pulp Lestari Milik Opung. *Law-Justice.Co*. <https://www.law-justice.co/artikel/80818/analisa-hukum-manipulasi-dokumen-ekspor-toba-pulp-lestari-milik-opung/>
- Nashiruddin, M. (2018). Determinan Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. <https://lib.unnes.ac.id/37908/>
- Pamungkas, T. N., & Nurcahyo, B. (2018). The Role of Multinationality and Transfer Pricing on the Effect of Good Corporate Governance (GCG) and Company's Performance in Tax Avoidance. *Journal of Global Economics*, 6(4). <https://doi.org/10.4172/2375-4389.1000313>
- Primadhyta, S. (2017). Transfer Pricing Sunat Pajak, Dokumen Perusahaan Diperketat. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/>
- Radifan, R., & Yuyetta, E. N. A. (2015). Analisis Pengaruh Mekanisme

- Good Corporate Governance Terhadap Kemungkinan Financial Distress. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3), 1–11.
- Rasyid, M. (2020). "Pengaruh Good Corporate Governance, Intangible Asset, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018)". Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Refgia, T. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014). *JOM Fekon*, 4(1), 543–555.
- Slamet, R., & Aglis, H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (D. I. Sutopo (ed.); Cetakan ke). ALFABETA.
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). Positive Accounting Theory. *The Accounting Review*, 65.

Pengaruh Kompensasi, Kepuasan Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. Dwi Java Trasindo

Natalia Sucitro^{1)*}, Fidellis Wato Tholok²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾nataliasucitro@gmail.com

²⁾fidelljst@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Kompensasi
Kepuasan Kerja
Gaya Kepemimpinan
Prestasi Kerja

Abstrak

Penulisan skripsi digunakan untuk memahami tingkat pengaruh kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan terhadap prestasi kerja karyawan pada PT. Dwi Java Trasindo.

R-Square untuk model q menunjukkan nilai kompensasi sebesar 0,722, kepuasan kerja sebesar 0,778, dan gaya kepemimpinan sebesar 0,793. Yang berarti bisa di artikan bahwa kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan.

Hasil t_{hitung} kompensasi sejumlah 8.803, t_{hitung} kepuasan kerja sebesar 4.405, dan t_{hitung} gaya kepemimpinan sebesar 2.313, dengan nilai t_{tabel} 1.66488 yang artinya dalam beberapa kasus, kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap prestasi kerja karyawan.

Berdasarkan f_{hitung} model 1 yaitu 202.625, bagi model 2 yaitu 135.309 dan bagi model 3 yaitu 97.086 dengan nilai f_{tabel} 2.72, Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan berpengaruh penting terhadap prestasi kerja karyawan pada PT. Dwi Java Trasindo.

I. PENDAHULUAN

untuk pengembangan diri dan kemampuan, dikala persaingan untuk bekerja pada perusahaan besar lebih kompetitif. Begitu pula ketika seseorang bekerja, ada perolehan pekerjaan dalam hal pelayanan dan perolehan kekuatan fisik dan mental demi menciptakan barang dan jasa atas melaksanakan tugas-tugas yang diberikan untuk memperoleh imbalan prestasi itu. Memiliki pengetahuan yang dalam seseorang akan mengejar kompensasi yang di berikan perusahaan, kompensasi merupakan upah yang diterima oleh tenaga kerja mengenai jasa yang diberikan oleh aktivitasnya di perusahaan kompensasi bisa dalam bentuk duit atau benda.

Sumber daya manusia, sumber daya manusia merupakan salah satu alasan terpenting yang bisa dilepaskan dari suatu lembaga, dan sumber daya manusia serta memutuskan pokok perkembangan dalam perusahaan. Manajemen sumber daya manusia ialah pembangunan sumber daya manusia, berfungsi untuk merencanakan, melaksanakan, merekrut, melatih sumber daya manusia, dan mengembangkan karyawan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (AgusKusnawan, Agus Sumantri & Anggraeni, 2021), menyatakan bahwa :
“Hubungan antara asimetri informasi dan manajemen hasil. Ketika asimetri informasi tinggi, pemangku kepentingan tidak memiliki sumber daya yang cukup dalam hal insentif dan akses ke informasi yang relevan untuk memantau perilaku manajer”.

Menurut (Agus kusnawan, Diana, Parameswari, Hernawan, 2021), menyatakan bahwa:
“Manajemen sumber daya manusia adalah tentang memahami posisi dan jabatan manajemen sumber daya manusia dalam suatu perseroan”.

Kompensasi

Berdasarkan (Sutrisna, 2017), menyatakan bahwa:
“Kemampuan pegawai yang bagus tidak dipengaruhi oleh kompensasi perusahaan, lingkungan serta budaya organisasi, sehingga kurang mampu mempengaruhi kemampuan karyawan, sehingga menghasilkan prestasi yang efisien dan memenuhi harapan perusahaan”.

Berdasarkan S.P. Hasibuan dalam (Dr. agus ariwibowo, S.E., M et al., 2018), mengatakan bahwa:

“Kompensasi ialah penghasilan dalam bentuk uang atau barang, langsung atau tidak langsung, yang diterima oleh seorang pegawai sebagai upah atas pelayanan yang diberikan untuk perusahaan”.

Kepuasan kerja

Berdasarkan Rivai Veitzhal dalam (Pusparani, 2021), mengatakan bahwa:
“Kepuasan kerja ialah penilaian yang mengungkapkan perasaan senang maupun tidak senang, puas maupun tidak puas saat bekerja”.

Menurut Pangabean dalam (Pusparani, 2021), menyatakan bahwa :
“Kepuasan kerja adalah derajat keselarasan jarak apa yang diharapkan dan apa yang bisa dicapai, atau antara keperluan dan penghargaan”.

Gaya Kepemimpinan

Berdasarkan Hendyat Sutopo dalam (Yunita, 2021), menyatakan bahwa :
“Kepemimpinan ialah proses yang dinamis, dan jalinan antara pemimpin dan pengikut merupakan timbal balik dan berkembang dari waktu ke waktu menggunakan negosiasi antarpribadi”.

Menurut Runa pada (Yunita, 2021), mengatakan bahwa:
“Kepemimpinan yaitu cara mempengaruhi tindakan pihak yang terorganisir untuk menetapkan dan mencapai tujuan”.

Prestasi Kerja

Berdasarkan Handoko pada (Indrawan, 2017), menyatakan bahwa :
“Penilaian kinerja merupakan cara dimana manajer dalam suatu organisasi mengevaluasi kinerja karyawan mereka. Kegiatan ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan kepegawaian yang lebih baik dan memberikan umpan balik kepada karyawan tentang kinerja pekerjaan mereka. Semua Organisasi memerlukan evaluasi semua tugas yang diberikan oleh manajemen”.

Berdasarkan Sutrisno dalam (Aldi & Susanti, 2019), menyatakan bahwa :
“Kinerja kerja ialah usaha individu dan ditentukan oleh kemampuan karakteristik individu dan peran yang dirasakan di tempat kerja”.

III. METODE

Jenis dan Sumber Data

Sumber data pada observasi ialah tempat pengumpulan data dan memiliki informasi yang jelas tentang cara memperoleh data yang relevan. Sumber data yang dipakai yaitu :

Data primer ialah sumber data observasi yang langsung didapat dari pegawai PT. Dwi Java Trasindo. Data primer dikumpulkan agar dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian yang bersangkutan sama pengaruh kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan terhadap prestasi kerja karyawan. Data primer diambil dari kuesioner yang dibagikan dan di jawab responden.

Data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung yang menyediakan gabungan data dengan salinan maupun orang lain. Data yang diperoleh didapat dari perpustakaan dan referensi lain yang terkait atas permasalahan yang diteliti menjadikan peneliti mendapatkan teori yang memfasilitasi penyelesaian observasi.

Populasi dan Sampel

Populasi observasi ini ialah pekerja pada PT. Dwi Java Trasindo yang berjumlah 105 respondens.

Berdasarkan (Fung et al., 2019), menyatakan :
“Populasi ialah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik terbatas yang ditentukan oleh peneliti akan dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Selama observasi sampel pada pegawai PT. Dwi Java Trasindo yang berjumlah 105 respondens.

Berdasarkan (Sugiyono, 2017), mengatakan bahwa:
“Sampel merupakan jumlah dan karakteristik suatu populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mendalami semuanya karena alasan seperti dana, personel, atau waktu, peneliti dapat melakukan”.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipakai dalam pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Kuesioner
Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang menyampaikan kumpulan pertanyaan pada responden lewat media sosial tanpa kehadiran peneliti.
2. Wawancara
Teknik wawancara dilakukan secara tanya jawab dan tatap muka yang dilaksanakan oleh pewawancara dengan respondens untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.
3. Studi internet

Teknik studi internet dilakukan dengan browsing untuk mendapatkan referensi terpercaya dan untuk menambkan informasi yang relevan. Karena adanya keterbatasan referensi perpustakaan.

4. Observasi

Observasi merupakan dasar segala ilmu pengetahuan, teknik pengumpulan data ini diperoleh dari data primer yang dilakukan langsung maupun tidak langsung oleh responden yang dijadikan sampel penelitian dalam perusahaan.

Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut (Henri, 2018), menyatakan bahwa :

“Uji Validitas adalah derajat reliabilitas atau keakuratan instrument. Validitas adalah derajat keakuratan antara data yang benar-benar terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid artinya instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono dalam (Henri, 2018), menyatakan bahwa:

“Hasil penelitian yang reliable dapat diandalkan ketika ada kesamaan data pada waktu yang berbeda. Jika objek penelitian kemarin merah, hari ini dan besok masih merah”.

IV. HASIL

1. Analisa Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.884 ^a	.781	.779	2.426	.781	368.145	1	10	.000
2	.910 ^b	.828	.824	2.164	.046	27.415	1	10	.000
3	.917 ^c	.841	.836	2.089	.013	8.468	1	10	.004

a. Predictors: (Constant), X1

b. Predictors: (Constant), X1, X2

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

Sumber: Data diolah dari SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas mampu di jelaskan bahwa :

- 1) Jalur R pada model pertama menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,884. Artinya hubungan antar kompensasi dengan prestasi kerja sangat berpengaruh dan mempunyai aspek yang efektif.
- 2) Jalur R Square bagi model pertama membuktikan angka R Square 0,781, R Square disebut koefisien determinasi. Oleh karena itu, besarnya dampak kompensasi dengan prestasi kerja dapat diartikan sebagai 78,1% dan selisihnya $100\% - 78,1\% = 21,9\%$
- 3) Dari tabel nilai Std. Deviation kompensasi 5.199 lebih tinggi dari jumlah Standar error of the estimate 2.426. Merupakan model studi ini baik digunakan.
- 4) Jalur R pada model kedua membuktikan koefisien korelasi sejumlah 0,910. Artinya hubungan antar kepuasan kerja dengan prestasi kerja sangat berpengaruh dan mempunyai aspek yang efektif.
- 5) Jalur R Square bagi model kedua membuktikan angka R Square 0,828, R Square disebut koefisien determinasi. Oleh karena itu, besarnya dampak kepuasan kerja dengan prestasi kerja dapat diartikan sebagai 82,8% dan selisihnya $100\% - 82,8\% = 17,2\%$
- 6) Dari tabel nilai Std. Deviation kepuasan kerja 4.422 lebih tinggi dari tingkat Standar error of the estimate 2.164. Merupakan model studi ini baik digunakan.
- 7) Jalur R pada model ketiga membuktikan koefisien korelasi sejumlah 0,917. Artinya hubungan antar gaya kepemimpinan dengan prestasi kerja sangat berpengaruh dan mempunyai aspek yang efektif.
- 8) Jalur R Square bagi model ketiga membuktikan angka R Square sejumlah 0,841, R Square disebut koefisien determinasi. Oleh karena itu, besarnya dampak gaya kepemimpinan dengan prestasi kerja dapat diartikan sebagai 84,1% dan selisihnya $100\% - 84,1\% = 15,9\%$.
- 9) Dari tabel nilai Std. Deviation gaya kepemimpinan 4.211 lebih tinggi dari tingkat Standar error of the estimate 2.089. Merupakan model studi ini baik digunakan.

2. Tabel Uji Hipotesis

a. Uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.463	1.887		2.895	.005
	X1	.878	.046	.884	19.187	.000
2	(Constant)	-.763	2.061		-.370	.712
	X1	.710	.052	.715	13.691	.000
	X2	.319	.061	.274	5.236	.000
3	(Constant)	-3.809	2.248		-1.694	.093
	X1	.620	.059	.624	10.522	.000
	X2	.278	.061	.239	4.601	.000
	X3	.201	.069	.164	2.910	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dari SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas dapat di jelaskan bahwa :

1) Persamaan regresi beganda yaitu :

$$Y = -3.809 + 0.620 (X1) + 0.278 (X2) + 0.201 (X3)$$

- 2) Kolom t pada tabel di atas memeriksa kebenaran hipotesis yang ada. jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas $< 0,05$ lalu H_0 di tolak yang berarti variabel independent berdampak secara signifikan pada variabel terikat tetapi apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan juga probabilitas $> 0,05$ lalu H_0 di terima yang berarti variabel bebas tidak berdampak secara signifikan pada variabel dependen.
- 3) Pada tabel diatas terdapat kolom t yang di ketahui bahwa tingkat t observasi bagi kompensasi (X1) adalah 10.522, kepuasan kerja (X2) adalah 4.601, dan gaya kepemimpinan (X3) adalah 2.910, dengan menggunakan tabel distribusi normal yang menggunakan tahap percobaan kepastian $(1 - \alpha)$ sebesar 95% dengan tahap kesalah (α) sebesar 5% serta degree of freedom (df) total responden di kurang 3 sebab pada penelitian ada 3 variabel bebas jadi $105 - 3 = 102$ reponden. Lalu diperoleh tingkat distribusi normal dengan nilai t_{tabel} adalah 1.65993. Dengan penjelasan t_{hitung} kompensasi lebih tinggi dari pada t_{tabel} atau $10.552 > 1.65993$, t_{hitung} kepuasan kerja lebih tinggi dari pada t_{tabel} atau $4.601 > 1.65993$ dan t_{hitung} gaya kepemimpinan lebih tinggi dari pada t_{tabel} atau $2.910 > 1.65993$, maka dari itu tingkat probabilitas untuk kompensasi 0,000, kepuasan kerja 0,000 dan gaya kepemimpinan 0,004 maka variabel kopensasi, kepuasan kerja dan gaya kepemimpinan tingkat probabilitasnya $< 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan ini membuktikan bahwa kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya

kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan di PT. Dwi Java Trasindo.

b. Uji F

		ANOVA^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2166.770	1	2166.770	368.145	.00
	Residual	606.221	103	5.886		0 ^b
	Total	2772.990	104			
2	Regression	2295.191	2	1147.596	244.987	.00
	Residual	477.799	102	4.684		0 ^c
	Total	2772.990	104			
3	Regression	2332.150	3	777.383	178.105	.00
	Residual	440.841	101	4.365		0 ^d
	Total	2772.990	104			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

c. Predictors: (Constant), X1, X2

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

Sumber: Data diolah dari SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas di jelaskan bahwa:

- 1) Uji ANOVA di dapatkan f_{hitung} untuk model pertama adalah 368.145 dengan tahap signifikan 0,000 yang dimana nilai $0,000 < 0,05$ dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $368.145 > 2.69$, model kedua adalah 244.987 dengan tahap signifikan 0,000 yang dimana nilai $0,000 < 0,05$ dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $244.987 > 2.69$, dan model ketiga adalah 178.105 dengan tahap signifikan 0,000 yang dimana nilai $0,000 < 0,05$ dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $178.105 > 2.69$. Maka dengan demikian H_0 ditolak dan H_a di terima berarti berpengaruh secara bersama secara signifikan antar variabel kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan terhadap prestasi kerja, dalam hal ini, model analisis ini layak dan cocok untuk memprediksi prestasi kerja.
- 2) Menentukan F_{tabel} :
 $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$
 $df_2 = n - k = 105 - 4 = 101$

$$F_{\text{tabel}} = 2.69$$

V. KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian dan pengkajian yang sudah dilakukan pada PT. Dwi Java Trasindo tentang “Pengaruh Kompensasi, Kepuasan kerja, dan Gaya kepemimpinan terhadap Prestasi kerja karyawan”, maka bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Kesimpulan Umum

a. Kompensasi

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan sample yang digunakan sebanyak 105 responden menyatakan bahwa 40,92% menyatakan setuju mengenai kompensasi yang di berikan PT. Dwi Java Trasindo kepada karyawannya.

b. Kepuasan Kerja

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan sample yang digunakan sebanyak 105 responden menyatakan bahwa 40,98% menyatakan setuju mengenai kepuasan kerja yang di berikan PT. Dwi Java Trasindo kepada karyawannya.

c. Gaya Kepemimpinan

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan sample yang digunakan sebanyak 105 responden menyatakan bahwa 41,96% menyatakan setuju mengenai gaya kepemimpinan yang di berikan PT. Dwi Java Trasindo kepada karyawannya.

d. Prestasi Kerja

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan sample yang digunakan sebanyak 105 responden menyatakan bahwa 41,39% menyatakan setuju mengenai prestasi kerja yang di berikan PT. Dwi Java Trasindo kepada karyawannya.

2. Kesimpulan Khusus

a. Sebuah dampak variabel kompensasi (X_1) terhadap prestasi kerja (Y) pada PT. Dwi Java Trasindo sebesar 0,620, berarti kompensasi tersebut mempengaruhi hasil sebesar 62% serta uji t (uji parsial) untuk kompensasi dapat di nilai t_{hitung} nya ialah 10.522 kian tinggi dari t_{tabel} yang berbobot 1.65993 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya secara parsial kompensasi berdampak terhadap prestasi kerja sebesar 0,620 dan 38% selebihnya dipengaruhi oleh aspek lain.

b. Pengaruh variabel kepuasan kerja (X_2) pada prestasi kerja (Y) di PT. Dwi Java Trasindo sebesar 0,278 yang berarti kepuasan kerja mempengaruhi nilai sebesar 27,8% serta uji t (uji parsial) untuk kepuasan kerja dapat di nilai t_{hitung} nya ialah 4.601 kian tinggi dari t_{tabel} yang berbobot 1.65993 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya secara parsial kepuasan kerja berdampak terhadap prestasi kerja sebesar 0,278 dan 72,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

- c. Pengaruh variabel gaya kepemimpinan (X3) terhadap prestasi kerja (Y) di PT. Dwi Java Trasindo sebesar 0,201 yang berarti gaya kepemimpinan mempengaruhi nilai sebesar 20,1% serta uji t (uji parsial) untuk gaya kepemimpinan dapat di nilai t_{hitung} nya ialah 2.901 kian tinggi dari t_{tabel} yang berbobot 1.65993 dan tingkat signifikan $0,004 < 0,05$ yang artinya secara parsial gaya kepemimpinan berdampak terhadap prestasi kerja sebesar 0,201 dan 79,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
- d. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kompensasi (X1), kepuasan kerja (X2) dan gaya kepemimpinan (X3) secara bersama terhadap prestasi kerja (Y) di PT. Dwi Java Trasindo. Dengan hasil pengujian regresi menunjukkan tingkat koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,841 yang memiliki arti 84,1% dan uji silmutan (uji F) dengan nilai f_{hitung} adalah 368.145 kian tinggi dari f_{tabel} 2.69 dengan probabilitas $0,000 < 0,05$ yang artinya secara parsial kompensasi, kepuasan kerja, dan gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap prestasi kerja 84,1% dan selebihnya 15,9% di pengaruhi oleh aspek lain.

3. Saran

a. Saran Untuk Perusahaan

Bagi PT. Dwi Java Trasindo diharapkan memberikan self reward bagi karyawan yang lebih produktif dalam bekerja, memberikan kepuasan dan sikap positif terhadap karyawan dan membagikan peluang pada karyawan untuk musyawarah agar tujuan organisasi tercapai.

b. Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Dari hasil kesimpulan dan diskusi bab IV, maka penulis selanjutnya observasi untuk menggali lebih jauh variabel – variabel yang mempengaruhi Kompensasi, Kepuasan Kerja, dan Gaya Kepemimpinan terhadap prestasi kerja karyawan pada PT. Dwi Java Trasindo.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus kusnawan, Diana, Parameswari, Hernawan, & A. (2021). *Sumber Daya Manusia*.
- AgusKusnawan, Agus Sumantri, F. A., & Anggraeni, R. D. (2021). The Effect Of Information Asymmetry, Company Size And Managerial Ownership On Income Management (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 62. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.505>
- Aldi, Y., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh Stress Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada Pt. Frisian Flag Indonesia Wilayah Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/et4rn>
- Dr. agus ariwibowo, S.E., M, M., Dr. Yoyo Sudaryo, S.E., M.M., Ak., C., & Dr. Nunung Ayu Sofiati (Efi), S.pd., M. M. (2018). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*.
- Fung, T. S., Dinata, V. V., & Sutisna, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 55. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.187>
- Henri. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 70–92.
- Indrawan, M. I. (2017). Pengaruh Etika Kerja, Pengalaman Kerja dan Budaya Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Kecamatan Binjai Selatan. *Journal Abdi Ilmu*, 10(2), 1851–1858.
- Pusparani, M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 534–543. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.466>
- Sugiyono. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015. “*Metode Penelitian Pada Dasarnya Merupakan Cara Ilmiah Untuk Mendapatkan Data Dengan Tujuan Dan Kegunaan Tertentu.*” *Dalam*, 1(2), 47–71.
- Sutrisna. (2017). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2), 124–135.
- Yunita, Y. (2021). ... Kepuasan Kerja Dan Kinerja Karyawan: Motivasi, Gaya Kepemimpinan (Kajian Studi Literatur Manajemen Sumber Daya Manusia). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu ...*, 2(1), 310–330. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/504>

Pengaruh Moral Pajak, Tarif Pajak, Sanksi Pajak, Penerapan *e-filling*, Penerapan *E-billing*, dan Pemeriksaan pajak Pada Kepatuhan WajibpajakOrang Pribadi (Studi kasus pada jemaat di Gereja GBI Graha Raya & Cledug Indah)

Natalie Dwijaya Setaritham^{1)*}, Peng wi²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾nataliedwijaya@gmail.com

²⁾penulis3@domain.edu

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Moral Pajak
Sanksi Pajak
Tarif Pajak
Penerapan *E-Filling*
Penerapan *E-Billing*
Pemeriksaan Pajak
Kepatuhan WajibpajakOrang Pribadi

Abstrak

Survey ini bertujuan diperuntukkan menguji pengaruh moral pajak, tarif pajak, sanksi pajak, penerapan e-filling, penerapan e-billing, pemeriksaan pajak pada kepatuhan wajibpajakorang pribadi lewat ambil studi kasus pada jemaat di GBI Graha Raya & Ciledug Indah.

Survey ini memakai data primer dalam bentuk kuesioner yang di susun lewat skala likert. Penentuan sampel lewat jumlah sampel 100 orang. Lewat pendekatan kuantitatif dan analisis data memakai analisis regresi berganda lewat program SPSS 25

Output survey ini tunjukkan analisis regresi linier berganda lewat R square 0,400= 40% tunjukkan bahwasanya moral pajak, sanksi pajak, tarif pajak, penerapan e-filling, penerapan e-billing, dan pemeriksaan pajak punya pengaruh sejumlah 40 % pada kepatuhan wajibpajakorang pribadi. Faktoryang terbentuk yakni moral pajak lewat signifikan 0.843, sanksi pajak lewat signifikan 0.006, tarif pajak lewat signifikan 0.017, penerapan e-filling lewat signifikan 0.582, penerapan e-billing lewat signifikan 0.247, pemeriksaan pajak lewat signifikan 0.014 memberikan pengaruh pada kepatuhan wajibpajakorang pribadi, melalui output uji Simultan atau uji F lewat output di bisa value F hitung sejumlah 12,012 lebih besar dari F tabel yakni 2.20 lewat taraf signifikansi 0,05, yakni 0,000. Perihal ini tunjukkan bahwasanya keenam faktor independent dalam survey ini yakni moral pajak, sanksi pajak, tarif pajak, penerapan e-filling, penerapan e-billing, dan pemeriksaan pajak bersama-sama punya pengaruh signifikan pada kepatuhan wajib pajak. F hitung lebih besar daripada F tabel sampai-sampai bisa di simpulkan bahwasanya Hodi tolak dan Hadi terimayang punya arti faktor independent punya pengaruh pada faktor dependent.

I. PENDAHULUAN

Sektor internal maupun eksternal bisa berpartisipasi selaku asal penerimaan negara. Sektor pajak ialah asal penerimaan negara dari sektor internal. Selaku asal penerimaan paling besardan paling fleksibel, pajak ialah bagian dari instrumen krusial bagi perekonomian sebuah negara, sementara asal penerimaan eksternal di bisa dari pinjaman luar negeri. Guna pengurangan asal penerimaan eksternal, negara harus meningkatkan penerimaan internal semaksimal mungkin. Pajak berpartisipasi besar bagi asal penerimaan negara yang di gunakan diperuntukkan mendanai pembangunan di Indonesia.

Pandangan harian muc consulting, Friday, 27 August 2021 Hingga akhir Juli 2021, pemasukan pajak yang beroutput di kumpulkan pemerintah mencapai Rp 647,7 triliun atau tumbuh 7,6% dari tahun ke tahun. Ini setara lewat 52,7% dari target Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara (APBN) 2021 sejumlah 1.229,58 triliun. Pertumbuhan penerimaan pajak Juli 2021 di topang oleh banyak jenis pajak yang menyumbang pertumbuhan positif. Namun demikian, ada banyak jenis pajak yang masih terkontraksi, atau turundi bandingkan tahun lalu. Jenis pajak yang masih menyumbang penurunan di antaranya penerimaan pajak pengoutputan (PPH) diperuntukkan orang

pribadi, PPh badan dan PPh Pasal 22 Impor. Ketiga jenis pajak itu masing-masing tumbuh -3,2%, -4,4% dan -28% di bandingkan realisasi yang sama tahun 2020.

Pandangan website (www.cnbcindonesia.com) di dasarkan dokumen DJP, rasio penerimaan pajak terus menyumbang penurunan dari periode tahun 2014 – 2020 bisa dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penerimaan Pajak

Tahun	Rasio Penerimaan Pajak	Penerimaan Pajak	Target Penerimaan Pajak
2014	9,4%	985,1 triliun	1.072 triliun
2015	9,2%	1.055 triliun	1.294 triliun
2016	9%	1.283 triliun	1.539 triliun
2017	8,5%	1.147 triliun	1.283 triliun
2018	8,8%	1.315,9 triliun	1.424 triliun
2019	8,4%	1.332,1 triliun	1.577,6 triliun
2020	6,9%	1.069,98 triliun	1.198,82 triliun

Asal : CNBC Indonesia (2021)

Diperuntukkan memaksimalkan penerimaan pajak DJP menurunkan tarif pajak pengoutputan yang di atur dalam Undang-undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), yang menyebutkan bahwasanya wajib pajak orang pribadi yang punya pengoutputan bruto sampai lewat Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dalam setahun tidak dikenakan pajak pengoutputan. dan batasan bawah diperuntukkan pengoutputan yang dikenakan pajaknya awalnya berjumlah Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) naik menjadi Rp 60.000.000 (enam puluh juta rupiah) dan batasan atas tarif yang sebelumnya hanya maksimal di angka 30% di tarafkan menjadi 35% lewat pengoutputan di atas Rp 5 miliar. Perihal ini berkaitan lewat penurunan tarif pajak makin banyak Wajib Pajak yang tergerak diperuntukkan memenuhi kewajibannya

Dari latar belakang terkait, penulis akan mengadakan survey lewat tajuk “Pengaruh Moral Pajak, Sanksi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan *E-filing*, Penerapan *E-billing*, dan Pemeriksaan pajak Pada Kepatuhan Wajib pajak Orang Pribadi (Studi Kasus pada Gereja GBI Graha Raya & Ciledug Indah)”

II. TINJAUAN PUSTAKA

Moral Pajak

Pandangan (Cahyonowati, 2011) Moral pajak ialah determinan utama yang bisa memberikan penjelasan tentang alasan seseorang berperilaku jujur mengenai perpajakan.

Pandangan (Torgler dan Schneider, dikutip oleh (Cahyonowati, 2011), Moral pajak ialah motivasi diri diperuntukkan patuh dalam membayar pajak hingga memberikan partisipasi sukarela atas penyediaan fasilitas publik.

Sanksi pajak

Sanksi perpajakan ialah jaminan ketaatan, pemenuhan pada aturan undang-undangan perpajakan. Lewat demikian, sanksi perpajakan berperan selaku langkah preventif supaya tidak terjadi pelanggaran aturan wajib pajak.

Pandangan (Mardiasmo, 2019), sanksi perpajakan ialah jaminan kepatuhan bagi peraturan pajak. Lewat demikian, sanksi perpajakan ialah upaya pencegahan atau hukuman supaya tidak dilakukan pelanggaran oleh Wajib pajak pada aturan dan aturan pajak.

Pandangan (Widyaningsuh, 2013), sanksi pajak ialah sanksi administrasi dan pidana yang di berikan kepada tiap pihak yang melanggar aturan perpajakan yang sudah teratur dalam perundang-undangan.

Tarif Pajak

Pandangan (Tawas et al., 2016), tarif pajak ialah persentase pengukuran besaran tarif pajak yang wajib di bayarkan oleh wajib pajak.

Penerapan E-Filling

Pandangan situs web resmi pajak, yang di maksud lewat pengarsipan elektronik ialah bagaimana SPT atau pemberitahuan perpanjangan SPT tahunan di sampaikan selaku daring dan *real time* lewat situs web DJP atau penyedia layanan pengarsipan atau *Application Service Provider (ASP)*³

Penerapan E-Billing

Pandangan situs resmi pajak menyebutkan pengertian *E-billing* pajak ialah metode pembayaran pajak berbasis elektronik berkode *billing*. Pembayaran ini di laksanakan selaku resmi pada 1 Januari 2016. Selaku sederhana, *e-billing* berfungsi di peruntukkan memberikan bantuan bagi Wajib pajak menyusun surat setoran elektronik dan menerima kode *billing* guna pembayaran pajak

Pemeriksaan Pajak

Pandangan (Sirmu, 2017), mendefinisikan pemeriksaan selaku rangkaian aktivitas di peruntukkan pengumpulan serta pengolahan data, keterangan, maupun bukti selaku profesional serta objektif di dasari standar yang ada lewat tujuan pengujian kepatuhan, pemenuhan kewajiban perpajakan atau bertujuan lain guna menjalankan aturan undang-undang perpajakan.

Kepatuhan Wajib Pajak

Di definisikan selaku ketaatan pihak di peruntukkan menjalankan aturan perpajakan, kepatuhan pajak di valuedi miliki oleh Wajib pajak bilamana taat dalam pemenuhan dan pelaksanaan kewajiban perpajakannya di dasarkan aturan undang-undang perpajakan.

Pandangan (Pohan, 2017) kepatuhan perpajakan ialah situasi wajib pajak menjalankan seluruh hak serta kewajiban pajaknya.

III. METODE

Jenis survey ini termasuk ke dalam survey kuantitatif lewat pendekatan deskriptif. Metode survey kuantitatif ialah salah satu jenis survey yang spesifikasinya ialah sistematis, terencana, dan terstruktur lewat jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitannya. Survey ini memakai pendekatan deskriptif lewat tujuan di peruntukkan mendeskripsikan objek survey ataupun output survey.

Asal data yang di gunakan dalam survey ini ialah data sekunder dan data primer. Data primer dalam survey ini di peroleh melalui kuesioner yang di bagikan kepada responden, sementara data sekunder di peroleh dari jurnal dan studi pustaka lain yang berkaitan lewat survey ini. Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam survey ini ialah lewat cara membagikan kuesioner di Gereja GBI Graha Raya & Ciledug Indah.

Populasi

Pandangan (Sujarweni, 2015) menjelaskan populasi ialah seluruh jumlah yang meliputi objek maupun subjek lewat kualitas maupun ciri spesifik yang di putuskan oleh peneliti di demi di kaji sertadi lakukan penarikan kesimpulan. Adapun populasi dalam sampel ini ialah jemaat di Gereja GBI Graha Raya & Ciledug Indah yang berjumlah 758 orang

Sampel

Pandangan (Frank dan Wallen dalam Amiyan, 2016) mengajukan saran bahwasanya besaran sampel paling kecil bagi survey deskriptif ialah sebanyak 100. di dasarkan teori itu, peneliti memakai sampel sejumlah 100 responden yang sudah memenuhi syarat sampel.

IV. OUTPUT

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi di gunakan di peruntukkan mengetahui seberapa besarnya kebiasaan faktor dependen bisadi jelaskan oleh faktor independent. Dalam survey ini di gunakan faktor independent yakni pemahaman perpajakan, taraf

penerimaan, sikap rasional, kualitas pelayanan fiskus. Sedangkan faktor dependennya ialah kepatuhan wajibpajakbumidanbagunan. Adapun output uji koefisien *Adjusted R Squaredi* sajikan dalam tabel sebagai berikut :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.437	.400	1,35032

a. Predictors: (Constant), Pemeriksaan Pajak, Sanksi Pajak, Tarif Pajak, Moral Pajak. Penerapan *E-Billing*, Penerapan *E-Filling*

b. Dependent Variable: Kepatuhan WajibpajakOrang Pribadi

Asal : Data Primer yangdi olah memakai SPSS 25 (2022)

Mengikuti value koefisien korelasi (R) pada tabel IV.21 sejumlah 0,661, R *square* (R²) sejumlah 0,437dan*adjusted R square* (R²) sejumlah 0,400. Perihal ini punya arti moral pajak, sanksi pajak, tarif pajak, penerapan *e-filling*, penerapan *e-billing*,danpemeriksaanpajakpunya pengaruh sejumlah 40 % pada Kepatuhan wajib pajak, sementara sisanya sejumlah 60 %.di pengaruhi oleh faktoryangtidakdi teliti oleh survey.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian Fdi gunakan diperuntukkan membuktikan selaku simultan apa kah terbiasa pengaruh antara Moral Pajak, Sanksi Pajak, Tarif Pajak, Penerapan *E-Filling*, Penerapan *E-Billing*, PemeriksaanpajakPada Kepatuhan WajibpajakOrang Pribadi. Output pengujiannya bisadi lihat pada tabel berikut

Kriteria pengujian ialah selaku berikut:

- Jika F hitung > F table maka Hodi tolakyangpunya arti faktor independent punya pengaruh pada faktor dependent.
- Jika F hitung < F table maka Hodi terimayangpunya arti faktor independent tidak punya pengaruh pada faktor dependent.

Atau

- Jika signifikan (F) < 0,05 maka Hodi tolak Hadi terima
- Jika signifikan (F) > 0,05 maka Hodi terima Hadi tolak

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	131,417	6	21,903	12,012	,000 ^b
	Residual	169,573	93	1,823		
	Total	300,990	99			

a. Dependent Variable: Kepatuhan WajibpajakOrang Pribadi

b. Predictors: (Constant), Pemeriksaan Pajak, Sanksi Pajak, Tarif Pajak, Moral Pajak. Penerapan *E-Billing*, Penerapan *E-Filling*

Asal : Data Primer yangdi olah memakai SPSS 25 (2022)

Pengujian ANOVA memperoleh value F hitung sejumlah 12.012 lebih besar dari F tabel yakni 2.20 lewat taraf signifikansi 0,05, yakni 0,000. Perihal ini tunjukkan bahwasanya keenam faktor independent dalam survey ini punya pengaruh signifikan pada kepatuhan wajib pajak. Dari uji yangdi adakan tunjukkan F hitung lebih besar daripada F tabel danvalue signifikan lebih kecil daripada 0,05 sampai-sampai bisa di simpulkan bahwasanya Hodi tolakdanHadi terimayangpunya arti faktor independent punya pengaruh pada faktor dependent.

Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji ini bertujuan diperuntukkan mengetahui faktor independent X₁ (Moral Pajak), faktor X₂ (Sanksi Pajak), variable X₃ (Tarif Pajak), faktor X₄ (Penerapan *E-Filling*), faktor X₅ (Penerapan *E-Billing*),danfaktor X₆ Pemeriksaanpajakselaku parsial punya pengaruh signifikan pada faktor dependent Y (Kepatuhan WajibpajakOrang Pribadi

Cara diperuntukkan pengambilan keputusan uji t ialah selaku berikut :

- a. Jika signifikansi < taraf kesalahan ($\alpha = 0,05$), maka Hadi terima.
- b. Jika signifikansi > taraf kesalahan ($\alpha = 0,05$) maka Hadi tolak.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,227	2,485		3,311	,001		
	Moral Pajak	-,012	,062	-,020	-,198	,843	,610	1,640
	Sanksi Pajak	,340	,120	,236	2,821	,006	,867	1,154
	Tarif Pajak	,132	,054	,212	2,429	,017	,792	1,263
	Penerapan <i>E-Filling</i>	,035	,063	,077	,552	,582	,310	3,227
	Penerapan <i>E-Billing</i>	,067	,058	,148	1,165	,247	,378	2,647
	Pemeriksaan Pajak	,129	,052	,268	2,497	,014	,524	1,908

a. Dependent Variable: Kepatuhan WajibpajakOrang Pribadi

Asal : Data Primer yangdi olah memakai SPSS 25 (2022)

- a. Pengaruh moralpajakpada kepatuhan wajibpajak
 Uji statistik t pada Tabel IV.19 tunjukkan faktor independen moralpajakpunya *t hitung* -0.198 memperlihatkan lebih kecil dari *t table* 1.98552danvalue signifikasi sejumlah 0,843 lebih besar dari value alpha 0,05 ($0,843 > 0,05$). Lewat begitu, bisadi katakan bahwasanya H_{1di} ,olak, sampai-sampai moralpajaktidak punya pengaruh signifikan bagi Kepatuhan wajib pajak, makahipotsispertama tidakdi dukung.
- b. Pengaruh sanksipajakpada kepatuhan wajibpajak
 Uji statistik t pada Tabel IV.19 tunjukkan faktor independen sanksipajakpunya *t hitung* 2.821 memperlihatkan di atas dari *t table* 1.98552danpunya value signifikasi 0,006 lebih Kecil dari value alpha 0,05 ($0,006 < 0,050$). Lewat begitu bisadi katakan yakni H_{2di} erima, maka sanksipajakpunya pengaruh signifikan bagi kepatuhan wajib pajak, makahipotsiskeduadi dukung.
- c. Pengaruh tarifpajakpada kepatuhan wajib pajak
 Uji statistik t pada Tabel IV.19 tunjukkan bahwasanya faktor independen tarifpajakpunya *t hitung* 2,429 lebih besar dari *t table* 1.98552danpunya value signifikasi 0,017 lebih Kecil dari value alpha 0,05 ($0,017 < 0,05$). Maka bisadi katakan yakni H_3 tarifpajakpunya pengaruh pada kepatuhan wajib pajak, sampai-sampaihipotsisketigadi dukung.
- d. Pengaruh penerapan *e-filling* pada kepatuhan wajib pajak
 Didasarkan uji statistik t pada Tabel IV.19 memperlihatkan bahwasanya faktor independen penerapan *e-filling* punya *t hitung* 0,552 tunjukkan lebih kecil dari *t table* 1.98552danpunya value signifikasi sejumlah 0,582 lebih besar dari value alpha 0,05 ($0,582 > 0,05$). Diperuntukkan itu bisadi katakan bahwasanya H_4 tidak punya pengaruh bagi kepatuhan wajib pajak,danlewat begitu hipotsiskeempat tidakdi dukung
- e. Pengaruh penerapan *e-billing* pada kepatuhan wajib pajak
 Uji statistik t pada Tabel IV.19 tunjukkan bahwasanya faktor independen penerapan *e-billing* punya *t hitung* 1,165 lebih kecil dari *t table* 1.98552danpunya value signifikasi sejumlah 0,247 lebih besar dari value alpha 0,05 ($0,247 > 0,05$). Sampai-sampai bisadi katakan bahwasanya H_5 tidak punya pengaruh bagi kepatuhan wajib pajak, hingahipotsiskelima tidakdi dukung.
- f. Pengaruh pemeriksaanpajakpada kepatuhan wajib pajak
 Uji statistik t pada Tabel IV.19 tunjukkan bahwasanya faktor independen pemeriksaanpajakpunya *t hitung* 2,497 tunjukkan lebih besar dari *t table* 1.98552danpunya value signifikasi sejumlah 0,014 lebih kecil dari value alpha 0,05 ($0,014 < 0,05$). Lewat begitu, bisadi katakan bahwasanya H_6 pemeriksaanpajakpunya pengaruh bagi kepatuhan wajib pajak, sampai-sampaihipotsiskeenamdi dukung.

V. KESIMPULAN

Survey ini bertujuan diperuntukkan mengetahui apa kah terbiasa pengaruh antara faktor independen yang terdiri dari Moral pajak(X1), Sanksi pajak(X2), Tarif pajak(X3), Penerapan *E-Filling* (X4), Penerapan *E-Billing* (X5), Pemeriksaan pajak(X6) pada faktor dependen yakni Kepatuhan Wajib pajak(Y) baik selaku parsial maupun selaku simultan yang di khususkan pada wajib pajak orang pribadi di Gereja GBI Graha Rayadan Ciledug Indah.

Didasarkan analisis deskripsi yang sudah di uraikan dalam pembahasan sebelumnya, maka bisadi tarik kesimpulan ialah selaku berikut :

Moral pajak(X₁) tidak punya pengaruh signifikan pada Kepatuhan Wajib pajak(Y). Perihal ini bisadi simak dari output pengujian parsial (t) pada tabel IV.19 yang tunjukkan bahwasanya hipotesis alternatif (Ha1) di tolak dikarenakan Sig. > 0.05 (0.843 > 0.05).

Sanksi pajak(X₂) punya pengaruh signifikan pada pada Kepatuhan Wajib pajak(Y). Perihal ini bisadi simak dari output pengujian parsial (t) pada tabel IV.19 yang tunjukkan bahwasanya hipotesis alternatif (Ha2) di terima dikarenakan Sig. < 0.05 (0.006 < 0.05).

Tarif pajak(X₃) punya pengaruh signifikan pada Kepatuhan Wajib pajak(Y). Perihal ini bisadi simak dari output pengujian parsial (t) pada tabel IV.19 yang tunjukkan bahwasanya hipotesis alternatif (Ha3) di terima dikarenakan Sig. < 0.05 (0.017 < 0.05).

Penerapan *e-filling* (X₄) tidak punya pengaruh signifikan pada Kepatuhan Wajib pajak(Y). Perihal ini bisadi simak dari output pengujian parsial (t) pada tabel IV.19 yang tunjukkan bahwasanya hipotesis alternatif (Ha4) di tolak dikarenakan Sig. > 0.05 (0.582 > 0.05).

Penerapan *e-billing* (X₅) tidak punya pengaruh signifikan pada Kepatuhan Wajib pajak(Y). Perihal ini bisadi simak dari output pengujian parsial (t) pada tabel IV.19 yang tunjukkan bahwasanya hipotesis alternatif (Ha5) di tolak dikarenakan Sig. > 0.05 (0.247 > 0.05).

Pemeriksaan pajak(X₆) tidak punya pengaruh signifikan pada Kepatuhan Wajib pajak(Y). Perihal ini bisadi simak dari output pengujian parsial (t) pada tabel IV.19 yang tunjukkan bahwasanya hipotesis alternatif (Ha6) di terima dikarenakan Sig. < 0.05 (0.014 < 0.05).

Faktor moral pajak, sanksi pajak, tarif pajak, penerapan *e-filling*, penerapan *e-billing*, dan pemeriksaan pajak selaku simultan punya pengaruh pada Kepatuhan Wajib Pajak. Pengujian simultan (uji F) tunjukkan value probabilitas signifikan sejumlah 0.000. Dikarenakan 0.000 < 0.05 maka punya arti hipotesis alternatif (Ha7) di terima.

DAFTAR PUSTAKA

- ARIFIN, S. B., & SYAFII, I. (2019). PENERAPAN E-FILING, E-BILLINGDANPEMERIKSAANPAJAKPADA KEPATUHAN WAJIBPAJAKORANG PRIBADI DI KPP PRATAMA MEDAN POLONIA. *JURNAL AKUNTANSIDANBISNIS : JURNAL PROGRAM STUDI AKUNTANSI*, 5(1), 9. [HTTPS://DOI.ORG/10.31289/JAB.V5I1.1979](https://doi.org/10.31289/jab.v5i1.1979)
- ASTERINA, F., & SEPTIANI, C. (2019). PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PAJAK, SANKSI PERPAJAKAN, PEMERIKSAANPAJAKPADA KEPATUHAN WAJIBPAJAKORANG PRIBADI (WPOP). *BALANCE : JURNAL AKUNTANSIDANBISNIS*, 4(2), 595. [HTTPS://DOI.ORG/10.32502/JAB.V4I2.1986](https://doi.org/10.32502/jab.v4i2.1986)
- CAHYONOWATI, N. (2011). *MODEL MORALDANKEPATUHAN PERPAJAKAN: WAJIBPAJAKORANG PRIBADI*.
- DAENG, R. R., & MAHMUDI. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN E-FILING, E-BILLING, E-SPTDANE-BUPOT PADA KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *PENGARUH PENGGUNAAN E-FILING, E-BILLING, E-SPTDANE-BUPOT PADA KEPATUHAN WAJIB PAJAK*, 4, 12–17. [HTTPS://DOI.ORG/10.20885/NCAF.VOL4.ART3](https://doi.org/10.20885/NCAF.VOL4.ART3)
- DR. ALEXANDER THIAN. (2021). *DASAR-DASAR PERPAJAKAN*.
- FRANKELDANWALLEN DALAM AMIYAN. (2016). *UKURAN SAMPEL SURVEY DESKRIPTIF*.
- GHOZALI. (2016). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIETE LEWAT PROGRAM IBM SPSS 23*.
- GHOZALI, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE LEWAT PROGRAM IBM SPSS 25 EDISI 9*.
- LIM. (2018). *E-TAX E-REGISTRATION, E-BILLING, E-SPT MASA PPH PASAL 21-26DANE-SPT TAHUNAN PPH BADAN*.
- MARDIASMO. (2013). *PERPAJAKAN EDISI REVISI 2013*. ANDI,.
- MARDIASMO. (2016). *PERPAJAKAN*. ANDI,.
- MARDIASMO. (2019). *PERPAJAKAN*. ANDI,.
- MURSALIN, M. (2020). PENGARUH MORAL WAJIB PAJAK, PENGHINDARAN PAJAK, SANKSI PERPAJAKAN,DANSIKAP WAJIBPAJAKPADA KEPATUHAN WAJIBPAJAKORANG PRIBADI DI KANTOR PELAYANANPAJAKPRATAMA PALEMBANG SEBERANG ULU. *JURNAL MEDIA WAHANA EKONOMIKA*, 17(4), 340. [HTTPS://DOI.ORG/10.31851/JMWE.V17I4.5097](https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5097)
- NO TITLE*. (N.D.). [HTTPS://WWW.KEMENKEU.GO.ID/PUBLIKASI/ARTIKEL-DAN-OPINI/MENAKAR-PENERIMAAN-PAJAK-DI-TAHUN-PANDEMI/](https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/menakar-penerimaan-pajak-di-tahun-pandemi/)
- NOVIYANTI, A., DEWI, S., & SAPRUDIN. (2020). *PENGARUH SANKSI PERPAJAKAN, TARIF PAJAKDANPENERAPAN E-FILLING PADA KEPATUHAN WAJIBPAJAKORANG PRIBADI JISAMAR (JOURNAL OF*

INFORMATION SYSTEM, APPLIED, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND RESEARCH) P-ISSN : 2598-8700 (PRINTED) JISAMAR (*JOURNAL OF INFO.* 4(1), 67–76.

NOVIYANTI, A., SAPRUDIN, & DEWI, S. (2020). PENGARUH SANKSI PERPAJAKAN, TARIF PAJAK DAN PENERAPAN E-FILLING PADA KEPATUHAN WAJIBPAJAK ORANG PRIBADI (STUDI KASUS DI KPP CEMPAKA PUTIH). *JOURNAL OF INFORMATION SYSTEM, APPLIED, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND RESEARCH*, 4(1), 67–76.

PERUSAHAAN, P. U., DAN, K. E., ON, R., PADA, A., AVOIDANCE, T. A. X., CAHYANINGTYAS, E., AKUNTANSI, J., AKUNTANSI, K., & DAN, K. (2015). *FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG 2022*.

POHAN. (2017). *PEMBAHASAN KOMPREHENSIF PENGANTAR PERPAJAKAN TEORI DAN KONSEP HUKUM PAJAK*.

RAHAYU, S. K. (2017). *PERPAJAKAN KONSEP DAN ASPEK FORMAL*, (: REKAYASA SAINS (ED.)).

SIRMU. (2017). *ATURAN TERBARU TENTANG PEMERIKSAAN PAJAK. DI REKTORAT JENDERAL PAJAK*.

SLEGMAN. (2009). *PERPAJAKAN INDONESIA*.

SRINIYATI, S. (2020). PENGARUH MORAL PAJAK, SANKSI PAJAK, DAN KEBIJAKAN PENGAMPUNAN PAJAK PADA KEPATUHAN PAJAK WAJIBPAJAK ORANG PRIBADI. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 8(1), 14–23. [HTTPS://DOI.ORG/10.30871/JAEMB.V8I1.1913](https://doi.org/10.30871/JAEMB.v8i1.1913)

SUGIYONO. (2017). *METODE SURVEY KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, CV.

SUGIYONO. (2018). *METODE SURVEY KUANTITATIF*. BANDUNG : ALFABETA.

SUGIYONO. (2019). *METODE SURVEY KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALPHABET.

SUJARWENI, V. W. (2015). *METODOLOGI SURVEY BISNIS DAN EKONOMI*. PUSTAKA BARU PRESS.

TAWAS, V. B. J., POPUTRA, A. T., & LAMBHEY, R. (2016). PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, TARIF PAJAK, DAN SANKSI PERPAJAKAN PADA KEPATUHAN PELAPORAN SPT TAHUNAN WAJIBPAJAK ORANG PRIBADI (STUDI KASUS PADA KPP PRATAMA BITUNG). *JURNAL EMBA, ISSN 2303-1174*, 4(4), 912–921.

V. WIRATNA SUJARWENI. (2014). *METODOLOGI SURVEY*.

WIDYANINGSUH, A. (2013). *HUKUM PERPAJAKAN DAN PERPAJAKAN*.

ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN TEKNIK *TIME SERIES INDEKS*, *COMMON SIZE* DAN *ECONOMIC VALUE ADDED* PADA PT SUMMARECON AGUNG PERIODE 2018-2020

Putri Marleni^{1)*}, Suhendar Janamarta²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾putrimarlenii26@domain.ac.id

²⁾suhendar.janamarta@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Analisis Kinerja Keuangan
Time Series Indeks
Common Size
Economic Value Added

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan pada PT Summarecon Agung, Tbk jika diukur dengan analisis keuangan menggunakan teknik *Time Series Indeks*, *Common Size* dan *Economic Value Added* (EVA) selama periode 2018-2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder, data yang digunakan adalah laporan keuangan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan data lain yang diperoleh dari website resmi PT. Summarecon Agung, Tbk. Setelah terkumpul dengan lengkap kemudian dianalisis menggunakan analisis *Time Series Indeks*, *Common Size* dan *Economic Value Added* (EVA) lalu ditarik kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kinerja keuangan pada PT. Summarecon Agung, Tbk apabila diukur dengan menggunakan teknik *Time Series Indeks* dan *Common Size* dapat dilihat terjadi penurunan kinerja keuangan karena dampak pandemi Covid-19. Hal ini dapat dilihat dari total laba bersih yang menurun dan apabila diukur dengan menggunakan teknik metode EVA dapat dilihat bahwa perusahaan belum mampu menciptakan nilai tambah ekonomis.

I. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 mempengaruhi berbagai aspek termasuk pada aspek ekonomi. Hampir semua negara melakukan pembatasan mobilitas secara ketat bahkan beberapa negara melakukan lock down sehingga berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi secara global. Dengan kondisi pandemi Covid-19 tersebut, semua perusahaan mencari strategi agar tetap bertahan dan bersaing dengan perusahaan kompetitor. Untuk tetap bertahan dan bersaing dalam kondisi Covid-19 ini, manajemen keuangan yang baik menjadi salah satu faktor yang sangat penting, karena apabila manajemen keuangan suatu perusahaan tidak baik maka perusahaan dapat terancam mengalami kebangkrutan. Untuk melihat bagaimana kesehatan suatu perusahaan adalah dengan melihat laporan keuangan perusahaan tersebut. Laporan keuangan tersebut dibuat setiap akhir periode sebagai laporan pertanggungjawaban perusahaan tersebut. Laporan keuangan ini dapat dijadikan

alat untuk menganalisis kesehatan perusahaan dari periode terakhir dengan periode sebelumnya dan membandingkan dengan laporan keuangan kompetitor untuk mengukur posisi dan mengevaluasi kinerja perusahaan yang dimaksud. Kesehatan atau kinerja perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan dengan menganalisis menggunakan rasio keuangan, dengan membandingkan laporan keuangan periode terakhir dengan periode sebelumnya serta membandingkan dengan rasio rata-rata standar industri. Dengan demikian, dapat di tarik kesimpulan tentang kesehatan perusahaan dalam keadaan baik atau tidak. Selain menggunakan rasio keuangan yang biasanya digunakan seperti yang di sebutkan di atas, kinerja keuangan dari laporan keuangan juga dapat di ketahui dengan teknik *time series indeks*, *common size* dan *Economic Value Added (EVA)*. Metode *index time series* adalah menggunakan laporan keuangan yang dijadikan sebagai indeks yang kemudian laporan tersebut digunakan sebagai tahun dasar. Adapun metode *common size financial statement* adalah metode analisis laporan keuangan yang di deskripsikan ke dalam bentuk presentasi, dan yang terakhir metode *EVA* adalah suatu pengukuran kinerja keuangan perusahaan diketahui tentang ada atau tidaknya nilai tambah bagi penyandang dana (pemegang saham, kreditur) dengan menghasilkan laba pada satu periode, *EVA* merupakan laba operasi bersih sesudah pajak dikurangi biaya modal.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Time Series Indeks

Menurut Darsono & Ashari (2015:70) dalam (Fachruddin 2017) analisis *time series indeks* adalah analisi dengan memakai data laporan keuangan dari tahun ke tahun, data keuangan yang digunakan lebih dari satu periode. Dalam analisis ini dpat di lihat ada nya kenaikan atau keturunan dalam setiap komponen pada laporan keuangan.

Menurut Harahap (2014:243) dalam (Fachruddin 2017) analisis laporan keuangan yang menyajikan beberapa tahun laporan keuangan, lalu angka-angka di laporan keuangan di konversi dengan angka indeks yang dijadikan tahun dasar

Common Size

Menurut (Munawir, 2014:36-37) dalam (Febrianti 2019) *common size* ialah analisi laporan keuangan yang dihitung dalam bentuk persentase - persentase dari setiap komponen pada aktiva terhadap total aktiva nya, setiap komponen passiva terhadap total passiva nya, setiap komponen atau pos didapatkan dalam bentuk persentase.

(Hanafi, 2007:70) dalam (Erick et al. 2016) analisis *common size* ialah menghitung setiap pos dalam akun laba rugi serta neraca menjadi proporsi dari total penjualan (untuk laporan laba rugi) / dari total aktiva (untuk neraca).

Menurut (Wahyudiono, 2014:90) dalam (Astuti and Taufiq 2020) analisis *common size* dapat memudahkan melihat laporan keuangan dengan memperhatikan setiap perubahan persentase yang terjadi pada neraca.

Menurut Dwi Prastowo & Rifka Juliaty dalam Hasmito (2008) dalam (Alfaizah, Pentiana, and Damayanti 2019) laporan keuangan yang disajikan dalam bentuk persentase dari setiap komponen yang di bandingkan dengan total aktiva atau passiva ny

Economic Value Added

Menurut Rudianto (2013) dalam (Susilawati 2017) EVA adalah manajemen keuangan yang menghitung laba ekonomi suatu perusahaan yang menghasilkan kesimpulan suatu perusahaan tercipta kesejahteraan dan mampu memenuhi semua kebutuhan operasional atau sebaliknya.

Menurut (Ardiyos, 2007:176) dalam (Riandani 2020) EVA negatif mengindikasikan perusahaan mengalami penurunan, sedangkan EVA positif mengindikasikan perusahaan mengalami kenaikan.

Menurut (Rudianto, 2013) dalam (Susilawati 2017) analisis EVA mengukur faktor kuantitatif saja, sedangkan harus berdasarkan faktor kuantitatif & kualitatif baru dapat diukur kinerja suatu perusahaan secara maksimal

Menurut (Arthur J Keown, 2010:44) dalam (Andrianary and Antoine 2019) EVA ialah menghitung jumlah uang bukan rasio, EVA dapat dihitung dengan mengurangi beban modal dari laba operasi bersih.

Kinerja Keuangan

Menurut Wibowo (2014:7) dalam (Rabuisa, Runtu, and Wokas 2018) kinerja keuangan adalah memberikan hasil kerja.

Menurut (Rahayu 2010) dalam (Agustin, Martini, and Riskiputri 2021) kinerja keuangan ialah prestasi yang berhasil dicapai pada periode tertentu dan dapat dilihat dari laporan keuangan suatu perusahaan. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat dilihat suatu perusahaan dapat memenuhi kewajiban penyandang dana dan juga dalam rangka pencapaian tujuan suatu perusahaan.

III. METODE

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah 1 perusahaan sektor properti tahun 2018-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Untuk memperoleh data informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua tahapan yaitu pengambilan data sekunder berupa laporan keuangan PT. Summarecon Agung Tbk periode 2018-2020 melalui website Bursa Efek Indonesia (IDX) dan penelitian kepustakaan (*Library Research*). Teknik analisis data adalah sebuah cara atau metode dalam mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga data tersebut dapat dimengerti dengan mudah dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi dari permasalahan serta dapat menyimpulkan hasil penelitian (Pahlevi, 2019) dalam (Riandani 2020).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis *Time Series Indeks*

$$\text{Indeks} = \left(\frac{T}{T} \times 100\% \right)$$

2. Analisis *Common Size*

Aktiva :

$$\text{Aktiva} = \frac{\text{Komponen Aktiva}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Pasiva :

$$Liabilitas = \frac{Komponen Liabilitas}{Total Pasiva} \times 100\%$$

$$Ekuitas = \frac{Komponen Ekuitas}{Total Pasiva} \times 100\%$$

$$\text{Elemen Laba Rugi} = \frac{Komponen Laba Rugi}{Pendapatan} \times 100\%$$

3. Analisis *Economic Value Added*

$$EVA = NOPAT - \text{Capital Charges}$$

IV. HASIL

Analisis *Time Series Indeks*

Pos-Pos	Neraca / Laba Rugi			Analisis Time Series		
	(Dalam Jutaan Rupiah)			Tahun Dasar 2018 = 100		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Kas & Setara Kas	1.533.562.079	1.664.424.147	1.656.482.289	100	109%	108%
Piutang Usaha	444.981.798	265.021.055	307.608.774	100	60%	69%
Piutang Lain-Lain	17.837.038	22.191.078	23.048.741	100	124%	129%
Persediaan	7.890.253.215	8.514.331.945	9.186.988.462	100	108%	116%
Pajak Dibayar Dimuka	252.831.843	305.838.398	371.882.477	100	121%	147%
Biaya Dibayar Dimuka	29.083.035	29.592.011	40.165.546	100	102%	138%
Uang Muka	974.325.832	1.056.818.701	972.738.908	100	108%	100%
Piutang Pihak-Pihak Berelasi Non Usaha	74.158.627	114.994.097	137.275.445	100	155%	185%

Tanah Yang Belum Dikembangkan	6.435.862.052	6.536.035.736	6.259.664.049	100	102%	97%
Investasi Pada Entitas Asosiasi	5.754.948	59.716.226	65.794.596	100	1038%	1143%
Aset Tetap	376.728.691	338.338.677	331.695.551	100	90%	88%
Properti Investasi	4.385.918.890	4.356.718.748	4.382.560.713	100	99%	100%
Aset Pajak Tangguhan	605.798	151.448	1.879.412	100	25%	310%
Aset Keuangan	701.557.363	1.029.723.237	1.095.827.414	100	147%	156%
Aset Tidak Lancar & Lancar	175.780.859	147.761.772	88.921.847	100	84%	51%
TOTAL AKTIVA	23.299.242.068	24.441.657.276	24.922.534.224	100	105%	107%

Pos-Pos	Neraca / Laba Rugi			Analisis Time Series		
	(Dalam Jutaan Rupiah)			Tahun Dasar 2018 = 100		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Utang Bank	8.606.601.379	8.969.006.571	9.452.297.684	100	104%	110%
Utang Usaha Kepada Pihak Ketiga	76.740.768	86.133.850	80.677.205	100	112%	105%
Utang Lain-Lain	272.378.606	374.160.058	368.487.948	100	137%	135%
Beban Akrua	1.026.275.642	1.174.971.742	740.073.326	100	114%	72%

Utang Pajak	61.282.470	65.974.000	61.921.044	100	108%	101%
Utang Pihak - Pihak Berelasi Non Usaha	1.540.354	96.178.184	-	100	6244%	0%
Liabilitas Imbalan Kerja	145.498.169	140.887.295	164.391.802	100	97%	113%
Uang Muka & Jaminan	3.548.966.447	3.507.649.353	201.136.617	100	99%	6%
Pendapatan Diterima Dimuka	488.255.663	543.121.881	485.347.204	100	111%	99%
Liabilitas Pajak Tangguhan	3.155.555	32.211.309	25.158.167	100	1021%	797%
Liabilitas Keuangan Jangka Panjang Lainnya	7.842.450	3.111	3.111	100	0,04%	0,04%
Liabilitas Sewa	-	-	5.782.134	100	0%	0%
Liabilitas Kontrak - Pihak Ketiga	-	-	4.251.569.442	100	0%	0%
Ekuitas	9.060.704.565	9.451.359.922	9.085.688.540	100	104%	100,28%
TOTAL LIABILITAS & EKUITAS	23.299.242.068	24.441.657.276	24.922.534.224	100	105%	107%

Pos-Pos	Neraca / Laba Rugi			Analisis Time Series		
	(Dalam Jutaan Rupiah)			Tahun Dasar 2018 = 100		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Pendapatan Neto	5.661.360.114	5.941.625.762	5.029.984.099	100	105%	89%

Beban Pokok Penjualan & E Langsung	(2.922.477.422)	(3.091.570.022)	(2.737.908.335)	100	106%	94%
Beban Penjualan	(343.490.605)	(354.465.636)	(275.477.690)	100	103%	80%
Beban Umum & Administ	(855.166.574)	(915.771.074)	(746.612.868)	100	107%	87%
Laba (Rugi) Atas Penjual Entitas Anak	10.327.604	-	-	100	0%	0%
Penghasilan Operasi La	9.138.794	14.248.031	8.343.536	100	156%	91%
Beban Operasi Lain	(1.559.816)	(5.202.305)	(2.466.862)	100	334%	158%
Pendapatan Keuangan	77.668.853	125.331.813	190.338.767	100	161%	245%
Biaya Keuangan	(685.280.458)	(795.238.012)	(1.032.511.501)	100	116%	151%
Laba (Rugi) Pada Ekuitas E Asosiasi	(210.001)	3.961.278	6.078.370	100	1886%	2894%
Beban Pajak	(249.230.029)	(269.885.120)	(196.479.354)	100	108%	79%
Beban (Manfaat) Pajak Penghasilan – Neto	(10.456.830)	(40.014.289)	2.620.981	100	383%	25%
LABA BERSIH	690.623.630	613.020.426	245.909.143	100	89%	36%

ANALISIS COMMON SIZE

Pos-Pos	Neraca / Laba Rugi	Analisis Common Size
	(Dalam Jutaan Rupiah)	Tahun Dasar 2018 = 100

	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Kas & Setara Kas	1.533.562.079	1.664.424.147	1.656.482.289	6,6%	6,8%	6,6%
Piutang Usaha	444.981.798	265.021.055	307.608.774	1,9%	1,1%	1,2%
Piutang Lain-Lain	17.837.038	22.191.078	23.048.741	0,1%	0,1%	0,1%
Persediaan	7.890.253.215	8.514.331.945	9.186.988.462	33,9%	34,8%	36,9%
Pajak Dibayar Dimuka	252.831.843	305.838.398	371.882.477	1,1%	1,3%	1,5%
Biaya Dibayar Dimuka	29.083.035	29.592.011	40.165.546	0,1%	0,1%	0,2%
Uang Muka	974.325.832	1.056.818.701	972.738.908	4,2%	4,3%	3,9%
Piutang Pihak-Pihak Berelasi Non Usaha	74.158.627	114.994.097	137.275.445	0,3%	0,5%	0,6%
Tanah Yang Belum Dikembangkan	6.435.862.052	6.536.035.736	6.259.664.049	27,6%	26,7%	25,1%
Investasi Pada Entitas Asosiasi	5.754.948	59.716.226	65.794.596	0,02%	0,24%	0,26%
Aset Tetap	376.728.691	338.338.677	331.695.551	1,6%	1,4%	1,3%
Properti Investasi	4.385.918.890	4.356.718.748	4.382.560.713	18,8%	17,8%	17,6%
Aset Pajak Tangguhan	605.798	151.448	1.879.412	0,003%	0,001%	0,008%
Aset Keuangan	701.557.363	1.029.723.237	1.095.827.414	3,0%	4,2%	4,4%
Aset Tidak Lancar & Lancar	175.780.859	147.761.772	88.921.847	0,8%	0,6%	0,4%

TOTAL AKTIVA	23.299.242.068	24.441.657.276	24.922.534.224	100	100	100
---------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	------------	------------	------------

Pos-Pos	Neraca / Laba Rugi			Analisis Common Size		
	(Dalam Jutaan Rupiah)			Tahun Dasar 2018 = 100		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Utang Bank	8.606.601.379	8.969.006.571	9.452.297.684	36,9%	36,7%	37,9%
Utang Usaha Kepada Pihak Ketiga	76.740.768	86.133.850	80.677.205	0,3%	0,4%	0,3%
Utang Lain-Lain	272.378.606	374.160.058	368.487.948	1,2%	1,5%	1,5%
Beban AkruaI	1.026.275.642	1.174.971.742	740.073.326	4,4%	4,8%	3,0%
Utang Pajak	61.282.470	65.974.000	61.921.044	0,3%	0,3%	0,2%
Utang Pihak - Pihak Berelasi Non Usaha	1.540.354	96.178.184	-	0,01%	0,4%	0,0%
Liabilitas Imbalan Kerja	145.498.169	140.887.295	164.391.802	0,6%	0,6%	0,7%
Uang Muka & Jaminan	3.548.966.447	3.507.649.353	201.136.617	15,2%	14,4%	0,8%
Pendapatan Diterima Dimuka	488.255.663	543.121.881	485.347.204	2,1%	2,2%	1,9%
Liabilitas Pajak Tangguhan	3.155.555	32.211.309	25.158.167	0,01%	0,1%	0,1%
Liabilitas Keuangan Jangka Panjang Lainnya	7.842.450	3.111	3.111	0,03%	0,00001%	0,00001%
Liabilitas Sewa	-	-	5.782.134	-	-	0,02%

Liabilitas Kontrak - Pihak Ketiga	-	-	4.251.569.442	-	-	17,1%
Ekuitas	9.060.704.565	9.451.359.922	9.085.688.540	38,9%	38,7%	36,5%
TOTAL LIABILITAS & EKUITAS	23.299.242.068	24.441.657.276	24.922.534.224	100	100	100

Pos-Pos	Neraca / Laba Rugi			Analisis Common Size		
	(Dalam Jutaan Rupiah)			Tahun Dasar 2018 = 100		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Pendapatan Neto	5.661.360.114	5.941.625.762	5.029.984.099	100%	100%	100%
Beban Pokok Penjualan & Beban Langsung	(2.922.477.422)	(3.091.570.022)	(2.737.908.335)	51,6%	52,0%	54,4%
Beban Penjualan	(343.490.605)	(354.465.636)	(275.477.690)	6,1%	6,0%	5,5%
Beban Umum & Administrasi	(855.166.574)	(915.771.074)	(746.612.868)	15,1%	15,4%	14,8%
Laba (Rugi) Atas Penjualan Entitas Anak	10.327.604	-	-	0,2%	0,0%	0,0%
Penghasilan Operasi Lain	9.138.794	14.248.031	8.343.536	0,2%	0,2%	0,2%
Beban Operasi Lain	(1.559.816)	(5.202.305)	(2.466.862)	0,03%	0,09%	0,05%
Pendapatan Keuangan	77.668.853	125.331.813	190.338.767	1,4%	2,1%	3,8%
Biaya Keuangan	(685.280.458)	(795.238.012)	(1.032.511.501)	12,1%	13,4%	20,5%

Laba (Rugi) Pada Ekuitas Entitas Asosiasi	(210.001)	3.961.278	6.078.370	0,004%	0,067%	0,121%
Beban Pajak	(249.230.029)	(269.885.120)	(196.479.354)	4,4%	4,5%	3,9%
Beban (Manfaat) Pajak Penghasilan Neto	(10.456.830)	(40.014.289)	2.620.981	0,2%	0,7%	0,1%
LABA BERSIH	690.623.630	613.020.426	245.909.143	12,2%	10,3%	4,9%

ANALISIS *ECONOMIC VALUE ADDED*

Tahun	Total Laba Bersih	(+)	Biaya Keuangan	=	NOPAT
2018	690,623,630,000	(+)	685,280,458,000	=	1,375,904,088,000
2019	613,020,426,000	(+)	795,238,012,000	=	1,408,258,438,000
2020	245,909,143,000	(+)	1,032,511,501,000	=	1,278,420,644,000

Tahun	Total Liabilitas	(+)	Total Ekuitas	(-)	Total Liabilitas Jk.Pendek	=	Invested Capital
2018	14,238,537,503,000	(+)	9,060,704,565,000	(-)	7,230,613,430,000	=	16,068,628,638,000
2019	14,990,297,354,000	(+)	9,451,359,922,000	(-)	9,017,332,185,000	=	15,424,325,091,000
2020	15,836,845,684,000	(+)	9,085,688,540,000	(-)	8,359,155,158,000	=	16,563,379,066,000

$$WACC = \{ D \times rd (1 - Tax) \} + (E \times re)$$

Tahun	Tingkat Modal dari Liabilitas (D)	(x)	Cost Of Debt (rd)	(x)	(1-Tax)	(+)	Tingkat Modal dari Ekuitas	(x)	Cost Of Equity(re)	=	WACC
2018	61.11%	(x)	9.78%	(x)	98.51%	(+)	38.89%	(x)	7.62%	=	8.85%
2109	61.33%	(x)	13.31%	(x)	93.87%	(+)	38.67%	(x)	6,49%	=	10.17%
2020	63.54%	(x)	13.81%	(x)	98.92%	(+)	36.46%	(x)	2.71%	=	9.67%

Tahun	Invested Capital	(x)	WACC	=	Capital Charges
2018	16,068,628,638,000	(x)	8.85%	=	1,422,218,813,016
2019	15,424,325,091,000	(x)	10,17%	=	1,569,167,632,716
2020	16,563,379,066,000	(x)	9.67%	=	1,601,065,166,812
Tahun	NOPAT	(-)	Capital Charges	=	EVA
2018	1,375,904,088,000	(-)	1,422,218,813,016	=	(46,314,725,016)
2019	1,408,258,438,000	(-)	1,569,167,632,716	=	(160,909,194,716)
2020	1,278,420,644,000	(-)	1,601,065,166,812	=	(322,644,522,812)

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat di simpulkan kinerja keuangan PT Summarecon Agung jika diukur menggunakan teknik *Time Series Indeks* dan *Common Size* dapat dilihat terjadi penurunan kinerja keuangan dan jika diukur dengan teknik *Economic Value Added* dapat dilihat bahwa perusahaan belum mampu menciptakan nilai tambah ekonomis karena dampak dari Covid-19. Berdasarkan kesimpulan yang telah di paparkan diatas maka saran dari penulis adalah PT Summarecon harus memperbaiki dan meningkatkan kinerja keuangan dengan menekan biaya keuangan karena biaya keuangan terus meningkat dari tahun ke tahun yang membuat hasil dari laba bersih menurun, diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis dengan periode waktu yang lebih panjang dan dapat membandingkan dengan perusahaan properti sejenis yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga dapat gambaran yang lebih luas mengenai dampak Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Diyanti Rifal, Ni Nyoman Putu Martini, and Tatit Diansari Riskiputri. 2021. "Evaluasi Economic Value Added (EVA), Financial Value Added (FVA) Dan Market Value Added (MVA) Dengan Time Series Approach Sebagai Alat Penilaian Kinerja Keuangan. (Pada PT. Garuda Indonesia Tbk Periode 2015-2019)." *Manajerial* 8, no. 03: 294. <https://doi.org/10.30587/manajerial.v8i03.2717>.
- Alfaizah, Alfaizah, Destia Pentiana, and Damayanti Damayanti. 2019. "Penilaian Kinerja Keuangan PT KLM Ditinjau Dari Rasio Keuangan Dan Common Size Untuk Periode 2009-2013." *Jurnal Ilmiah ESAI* 13, no. 1: 51. <https://doi.org/10.25181/esai.v13i1.1272>.
- Andriany, Monsieur, and Philippe Antoine. 2019. Analisis Kinerja Keuangan Pada PT Akasha Wira International Tbk Periode 2013-2017 Dengan Metode Economic Value Added (EVA) Title" 2: 89.
- Astuti, Tri Puji, and Mohammad Taufiq. 2020. "Analisis Laporan Keuangan Dalam Rangka

Menilai Kinerja Perusahaan Pt. Telekomunikasi Indonesia Tbk. (Periode 2014-2018).” *Greenomika* 2, no. 2: 89–104. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2020.02.2.2>.

Erick, M C Joan, Gómez Miranda, Dra Sandra, Elizondo Argueta, Niels H Wachter, Mara Silva, Leticia Valdez, et al. 2016. Title.” *Revista CENIC. Ciencias Biológicas* 152, no. 3: 28. file:///Users/andreataquez/Downloads/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf%0Ahttp://salud.tabasco.gob.mx/content/revista%0Ahttp://www.revistaalad.com/pdfs/Guias_ALAD_11_Nov_2013.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v66n3.60060.%0Ahttp://www.cenetec.

Fachruddin. 2017, M., Memenuhi, U., Guna, P., Gelar, M., Ekonomi, S., & Manajemen, J. (2017). SKRIPSI ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN TEKNIK TIME SERIES INDEKS DAN COMMON SIZE PADA PT SUMMARECON AGUNG.

Febrianti, Dhea Priska. 2019. “Analisis Common Size Pada Laporan Keuangan Pt Bank Bri Syariah Tbk. Periode Tahun 2015-2017.” *Skripsi*, 1–62. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/3396/>.

Rabuisa, Wilna Feronika, Treesje Runtu, and Heince R. N. Wokas. 2018. “Analisis Laporan Keuangan Dalam Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Dana Raya Manado.” *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi* 13, no. 02: 325–33. <https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19518.2018>.

Riandani, I R Intan. 2020. “... Kinerja Keuangan Pt Vale Indonesia Tbk Dalam Jakarta Islamic Index (Jii) Berdasarkan Metode Economic Value Added (Eva) Periode” <http://repository.iain-manado.ac.id/id/eprint/36>.

Susilawati, 1496880686467_RESTI PUTRI SUSILAWATI 12 231 013. (n.d.).

Pengaruh Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus, Penerapan PPh Serta PPN dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Studi Kasus Pada Pelaku E-Commerce Di Kota Tangerang)

Ravika Maha Dewi^{1)*}, Susanto Wibowo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Banten Indonesia

¹⁾ravikahyun01@gmail.com

²⁾susanto.wibowo@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan
Pelayanan Fiskus
Penerapan PPh Serta PPN
Tingkat Pendapatan

Abstrak

Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner dan beberapa dokumentasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode convenience sampling sebanyak 96 responden. Pengolahan analisis data menggunakan program SPSS 25 dengan uji statistik deksriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan tidak berpengaruh signifikan, Pelayanan Fiskus tidak berpengaruh signifikan, Penerapan PPh Serta PPN berpengaruh signifikan dan Tingkat Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

I. PENDAHULUAN

Hampir setiap aspek kehidupan masyarakat tidak lepas dari teknologi. Teknologi berkembang pada tingkat yang lebih tinggi untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk Indonesia. Dan internet telah menjadi salah satu bagian terpenting dari perkembangan teknologi saat ini. Perkembangan teknologi saat ini tidak terlepas dari internet sebagai salah satu cara untuk mempermudah pekerjaan. Selama ini dunia internet memesonakan semua kalangan, keberadaannya dianggap biasa dan sudah menjadi kebutuhan pokok sebagian masyarakat.

* Corresponding author

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia yang saat ini mencapai 262 juta jiwa. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun sebelumnya. Sementara jumlah pengguna internet di tahun 2016 sebesar 132,7 juta jiwa (surabaya.tribunnews.com, 2019). Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mayoritas pengguna internet sebanyak 72,41 persen masih dari kalangan urban. Pemanfaatannya sudah lebih jauh, bukan hanya untuk berkomunikasi tetapi juga membeli barang, memesan transportasi, hingga berbisnis dan berkarya. Hasil survei APJII tahun 2017 menunjukkan sebanyak 49,52 persen pengguna internet di tanah air adalah mereka yang berusia 19 hingga 34 tahun.

Seiring perkembangan teknologi dan informasi, kini berbagai transaksi perdagangan barang atau jasa dapat dilakukan secara online. Berkembangnya perdagangan secara online didasarkan atas kemudahan bagi pelaku bisnis dalam mempromosikan barangnya serta tidak memerlukan biaya yang lebih karena tidak dibutuhkan adanya toko secara fisik. Kegiatan jual beli barang dan/atau jasa melalui media internet dikenal dengan electronic commerce (selanjutnya disebut e-commerce) yang merupakan bagian dari electronic business, yaitu bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission. E-commerce digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan, dan/atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan publik. E-commerce menjadi semakin populer karena selain kemudahan dan kecepatan akses ke jaringan internet melalui berbagai media elektronik seperti laptop, komputer, bahkan gadget, transaksi e-commerce dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun sehingga menjadikan bisnis melalui media elektronik (internet) semakin menjamur, dapat dilihat dari terus meningkatnya e-commerce di era digital saat ini. Tahun 2017, e-commerce menyumbang 10,2 persen dari total penjualan ritel global, meningkat menjadi 11,9 persen di tahun 2018, diperkirakan pada tahun 2019 ini mencapai 13,7 persen dan diprediksi akan mencapai 17,5 persen pada tahun 2021 mendatang dengan total penjualan retail dari e-commerce mencapai US\$ 4,9 miliar (Clement, 2019).

Kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi pada era globalisasi ini bukan tanpa risiko, kekurangan, dan kendala. Selain menghadapi permasalahan kejahatan dalam cyber space, juga memiliki permasalahan dalam bidang pajak. Pemerintah menghadapi tantangan tersendiri dalam menangani permasalahan pajak, khususnya pajak penghasilan dari e-commerce, karena kemajuan yang pesat di dunia usaha tidak selalu diikuti dengan kemajuan yang sama dalam bidang hukum. Begitu pula dengan kondisi Indonesia, hingga saat ini pemerintah masih belum memiliki data pasti terkait total transaksi secara keseluruhan mengenai belanja melalui internet, sehingga masih ada kesulitan untuk melakukan penghitungan jumlah pajak dan pengawasan dalam kegiatan e-commerce. Untuk itu diperlukan adanya regulasi yang mengatur masalah perpajakan e-commerce sehingga terdapat payung hukum yang jelas mengenai transaksi e-commerce.

Suatu kegiatan bisnis yang mendatangkan keuntungan, seperti transaksi jual beli melalui internet tidak akan terlepas dari pengenaan pajak, khususnya pajak penghasilan pihak penjual. Berbeda dengan transaksi perdagangan konvensional, transaksi e-commerce memiliki beberapa karakteristik khusus, sehingga mengakibatkan implikasi pajak yang agak rumit dari kegiatan tersebut, misalnya dalam hal pengawasan. Jumlah pelaku e-commerce dan berapa jumlah nominal transaksi e-commerce tidak mudah untuk diketahui dan dipantau, sehingga berdampak juga dalam hal pajak. Kendala tersebut disebabkan karena kemampuan teknologi informasi dalam bidang pengawasan masih minim dan kendala dalam kemampuan sumber daya manusia.

Direktorat Jenderal Pajak memiliki sekitar 6.690 orang account representative yang salah satu tugasnya adalah melakukan pengawasan kepatuhan perpajakan wajib pajak. Wajib pajak yang dapat diawasi oleh account representative hanya yang sudah memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (selanjutnya disebut NPWP) saja. Hingga saat ini, dimungkinkan masih banyak wajib pajak yang melakukan transaksi e-commerce tapi tidak terdaftar sebagai wajib pajak karena tidak membuat dan tidak memiliki NPWP. Menurut Kepala Subdit Manajemen Transformasi Nufansa Wira Sakti dalam Seminar Perpajakan “Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Bagi Pelaku E-Commerce di Indonesia” yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Pajak, mengungkapkan bahwa meskipun pasar e-commerce berkembang pesat di Indonesia namun masih sedikit pelaku e-commerce yang sudah memiliki NPWP.

Di era modern ini, perdagangan yang populer dan trending di kalangan masyarakat Indonesia disebut e-commerce. E-commerce ini sedang dalam pembahasan karena banyak digunakan oleh wajib pajak untuk berbisnis. Kemajuan teknologi yang semakin pesat dan canggih menjadikan forum ini sebagai wadah yang bermanfaat bagi wajib pajak untuk berbisnis. Misalnya dengan menjual barang menggunakan media elektronik melalui Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan beberapa Marketplace lainnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak

Pengertian pajak menurut Undang-Undang Nomor 28 tahun 2007 yang tertuang pada Pasal 1 Ayat 1 yakni:

“Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pajak adalah:

“Pungutan wajib, umumnya berupa uang yang harus dibayar oleh penduduk sebagai sumbangan/pemberian kepada pemerintah negara dan erat kaitannya dengan pendapatan, harga beli barang, pemilikan, dan hal lainnya.”

Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi dan informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas (Mulyadi, 2014:21).

Teknologi dan informasi perpajakan adalah penggunaan sarana dan prasarana perpajakan dengan memanfaatkan ilmu dan perkembangan teknologi dan informasi dibidang perpajakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perpajakan terhadap Wajib Pajak yang akan memenuhi kewajiban pajaknya (Silaen,2016).

Pelayanan Fiskus

Pelayanan adalah cara melayani (membantu mengurus atau menyiapkan segala kebutuhan yang diperlukan seseorang). Sementara itu, fiskus merupakan petugas pajak. Jadi, pelayanan fiskus dapat diartikan sebagai cara petugas pajak dalam membantu, mengurus, atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang yang dalam hal ini adalah wajib pajak (Jatmiko, 2006:20).

PPH dan PPN

PPh atau pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan kepada orang pribadi atau badan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam suatu tahun pajak. Penghasilan yang dimaksud dapat berupa keuntungan usaha, gaji, honorarium, hadiah, dan yang lainnya.

PPN atau Pajak Penghasilan Nilai adalah pajak yang dipungut karena adanya pertambahan nilai dari adanya pemakaian faktor-faktor produksi oleh Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang menyediakan, memproduksi, maupun menjual Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP).

Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan adalah nilai keseluruhan dari hasil penjualan produk dalam jangka waktu tertentu (misalnya per-hari atau per-bulan). Nilainya dihitung dari seluruh proses operasional bisnis termasuk diskon serta barang-barang yang di-*refund* atau dikembalikan oleh konsumen. Dalam penggunaan yang lebih umum, tingkat pendapatan sering disebut sebagai omset penjualan, laba kotor, bruto atau *revenue*.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak merupakan sebuah tindakan yang mencerminkan patuh dan sadar terhadap ketertiban dalam kewajiban perpajakan wajib pajak dengan melakukan pembayaran dan pelaporan atas perpajakan masa dan tahunan dari wajib pajak yang bersangkutan baik untuk kelompok orang atau modal sendiri sebagai modal usaha sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

III. METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang digunakan berupa angka dan dihitung dengan menggunakan metode statistik. Dimana data diperoleh dengan secara langsung turun kelapangan dari sumbernya dan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang berasal langsung dari responden yaitu wajib pajak bagi pelaku e-commerce di Kota Tangerang. Penentuan jumlah sampel yang diambil dan dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang responden berdasarkan rumus Lemeshow.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017, 80) menyatakan bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi objek penelitian peneliti adalah Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce di Kota Tangerang yang ditujukan dengan Kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang jumlahnya tidak diketahui persis.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017, 81) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Bisnis, Sampel adalah: “Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui dan Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$z = \text{Skor } z \text{ pada kepercayaan } 95\% = 1,96$

$p = \text{Maksimal Estimasi} = 0,5$

$d = \text{alpha } (0,10) \text{ atau } 10\% \text{ sampling error}$

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,4 = 96$$

Jadi besar sampel yang ditentukan dalam penelitian ini seluruhnya sebanyak 96 responden.

Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Menurut Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa:

“Kuesioner/angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna”.

b. Dokumen

Menurut Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa:

“Dokumen adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip buku, surat kabar, majalah prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya”.

c. Wawancara

Yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya lebih sedikit atau kecil.

d. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dari kuisisioner, karena observasi tidak selalu dengan objek manusia tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Dr. Ahmad Watik Pratiknya (2007), Variabel adalah konsep yang mempunyai variabilitas. Sedangkan konsep adalah penggambaran atau abstraksi dari suatu fenomena tertentu. Konsep yang berupa apapun, asal mempunyai ciri yang bervariasi, maka dapat disebut sebagai variable. Dengan demikian, variabel dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang bervariasi. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah:

X1 = Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan

X2 = Pelayanan Fiskus

X3 = Penerapan PPH serta PPN

X4 = Tingkat Pendapatan

Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017, 232) Statistik deskriptif adalah:
“Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016, 52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika r dihitung kurang dari r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pertanyaan-pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total pertanyaan (dinyatakan tidak valid).
2. Jika r hitung lebih dari r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka pertanyaan-pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pertanyaan (dinyatakan valid).

b. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2016, 175) mengatakan bahwa:

“Realibilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengatur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”.

Uji reabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Untuk melihat reliabilitas masing-masing, instrumen yang digunakan adalah koefisien Cronbach Alpha dengan menggunakan fasilitas SPSS. Suatu instrument dikatakan reliabel jika dinilai Cronbach Alpha lebih besar. Syarat yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “tidak reliabel”.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusikan normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogoriv-Smirnov dalam SPSS.

Menurut Singgih Santoso (2016, 393) menyatakan bahwa dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significant), yaitu:

1. Jika Probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
2. Jika Probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Pengujian secara visual dapat juga dilakukan dengan metode grafik normal probability plots dalam program SPSS dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Jika data menyebar jauh dari garis dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (103, 16) menyatakan bahwa:

“Uji multikolonieritas ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Jadi tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau VIF yang berada dibawah nilai 10. Dasar pengambilan keputusan tersebut yaitu:

1. Jika nilai tolerance mendekati angka 1 dan nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi masalah multikolonieritas.
2. Jika nilai tolerance tidak mendekati angka 1 dan nilai VIF diatas 10, maka terjadi masalah multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastitas

Menurut Singgih Santoso (2016, 210) mengatakan bahwa:

“Situasi heteroskedastitas akan menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastitas tersebut dihilangkan dari model regresi. Adapun untuk mendeteksi adanya heteroskedastitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot”.

Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi

Menurut Sugiyono (2015, 277) mengatakan bahwa:

“Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya)”.

Maka dapat disimpulkan bahwa analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Model regresi berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Y : Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

b : Koefisien regresi model

X1 : Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan

X2 : Pelayanan Fiskus

X3 : Penerapan PPH serta PPN

X4 : Tingkat Pendapatan

e : Error term model (variabel residual)

b. Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (Uji R²) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$).

c. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Kriteria yang digunakan dalam mengukur hubungan variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Artinya ada pengaruh signifikan dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Kriteria yang digunakan untuk melakukan uji statistik F adalah :

- 1. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas:
 - a. Jika signifikan (F) < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima
 - b. Jika signifikan (F) > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak
- 2. Pengambilan keputusan berdasarkan F hitung:
 - a. jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b. jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

IV. HASIL

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 ^a	,493	,471	1,72138

a. Predictors: (Constant), Tingkat_Pendapatan, Pemahaman_Teknologi_Informasi_Perpajakan, Penerapan_PPH_Serta_PPN, Pelayanan_Fiskus

Sumber : Hasil Pengolahan data primer dengan SPSS 25 (2022)

Diperoleh nilai R dalam penelitian ini adalah sebesar 0,702 dengan tanda positif. Nilai koefisien determinasi (Adjusted RSquare) adalah sebesar 0,471. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini hanya mempunyai pengaruh 47,1% terhadap variabel dependen, sisanya 52,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262,312	4	65,578	22,131	,000 ^b
	Residual	269,646	91	2,963		
	Total	531,958	95			

a. Dependent Variable: Kepatuhan_Wajib_Pajak

b. Predictors: (Constant), Tingkat_Pendapatan, Pemahaman_Teknologi_Informasi_Perpajakan, Penerapan_PPH_Serta_PPN, Pelayanan_Fiskus

Sumber : Hasil Pengolahan data primer dengan SPSS 25 (2022)

Dapat dilihat besarnya angka probabilitas atau signifikan pada perhitungan anova yang digunakan untuk menguji model regresi. Dengan ketentuan bahwa angka probabilitas lebih kecil dari angka 0,05. Uji Anova pada tabel 4.6.2. tersebut menghasilkan angka F sebesar 22,131 dengan tingkat signifikan 0,000.

Artinya variabel Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan (X1), Pelayanan Fiskus (X2), Penerapan PPH Serta PPN (X3), dan Tingkat Pendapatan (X4) simultan (bersama sama) berpengaruh terhadap variabel (Y) Karena angka probabilitas dibawah 0.05 maka model regresi ini sudah layak untuk digunakan dalam memprediksi tingkat Kepatuhan Wajib Pajak.

Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,391	2,046		2,635	,010
	Pemahaman_Teknologi_Informasi_Perpajakan	,153	,102	,159	1,503	,136
	Pelayanan_Fiskus	,080	,108	,084	,741	,461
	Penerapan_PPH_Serta_PPN	,384	,092	,429	4,193	,000
	Tingkat_Pendapatan	,126	,097	,145	1,303	,196

a. Dependent Variable: Kepatuhan_Wajib_Pajak

Sumber : Hasil Pengolahan data primer dengan SPSS 25 (2022)

Dapat dilihat hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

1). Pengaruh Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan memiliki nilai t hitung 1,503 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 (0,000 < 0,05). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima, maka Pemahaman Teknologi Informasi Perpajakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

2). Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Pelayanan Fiskus memiliki nilai t hitung 0,741 < dari t tabel 1,98638 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 (0,000 < 0,05). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima, maka Pelayanan Fiskus tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

3). Penerapan PPh Serta PPN terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Penerapan PPh Serta PPN memiliki nilai t hitung $4,193 >$ dari t tabel $1,98638$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari nilai alpha $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka Penerapan PPh Serta PPN mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

4). Tingkat Pendapatan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

Berdasarkan uji statistik t pada Tabel 4.20. perubahan pada variabel Tingkat Pendapatan memiliki nilai t hitung $1,303 <$ dari t tabel $1,98638$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari nilai alpha $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Untuk itu dapat dikatakan bahwa H_4 ditolak dan H_0 diterima, maka Tingkat Pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce.

V. KESIMPULAN

Pemahaman Peraturan Perpajakan (Variabel X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H_1 ditolak dan H_0 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung $1,503 <$ dari t tabel $1,98638$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari nilai alpha $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Pelayanan Fiskus (Variabel X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H_2 ditolak dan H_0 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung $0,741 <$ dari t tabel $1,98638$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari nilai alpha $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Penerapan PPh Serta PPN (Variabel X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H_3 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung $4,193 >$ dari t tabel $1,98638$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari nilai alpha $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Tingkat Pendapatan (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bagi Pelaku E-Commerce (Y). Artinya H_4 ditolak dan H_0 diterima hal ini dapat dilihat melalui hasil Uji Parsial (t) memiliki nilai t hitung $1,303 <$ dari t tabel $1,98638$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ lebih kecil dari nilai alpha $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Kadek Ayu. 2016. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Tingkat Penghasilan, dan Tarif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM dalam Memenuhi Kewajiban Perpajakan (Studi Empiris Pelaku Umkm di Kabupaten Buleleng)." *Jurnal Akuntansi Profesi* 6 (1): 1–11. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JAP/article/view/21078>.
- Darmawan, Wiki. 2018. "PENGARUH PENGGUNAAN E-FILING TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DAN DAMPAKNYA PADA PENERIMAAN PAJAK (Survey pada Wajib Pajak Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cibeunying)." *Skripsi* 1 (1): 1.
- Fitria, Rika, dan Enong Muiz. 2021. "Penerapan E-Filing, Pengetahuan Perpajakan Dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Sukarela Wajib Pajak." *Jurnal Akuntansi* 10 (1): 107–15. <https://doi.org/10.37932/ja.v10i1.290>.
- Frey, Bruce B. 2018. "Spss." *The SAGE Encyclopedia of Educational Research, Measurement, and Evaluation*. <https://doi.org/10.4135/9781506326139.n655>.
- Janosik, Steven M. 2005. "Metode Penelitian." *NASPA Journal* 42 (4): 1.
- Jotopurnomo, Cindy, dan Yenni Mangoting. 2013. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan Fiskus, Sanksi Perpajakan, Lingkungan Wajib Pajak Berada terhadap

- Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Surabaya.” *Tax & Accounting Review* 1 (1): 49.
- Laurensia, Andini. 2020. “PENGARUH PEMAHAMAN PERATURAN PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK PENGUSAHA ONLINE ORANG PRIBADI (Studi Kasus Pengusaha Online di Jabodetabek).” *Skripsi*, 13.
- Lianty, Meiska, Dini Wahjoe Hapsari, dan Kurnia K. 2017. “Pengetahuan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak.” *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer* 9 (2): 55–65. <https://doi.org/10.23969/jrak.v9i2.579>.
- Magdalena, Febriani Cristina Susianti, dan Diana Frederica. 2021. “Kepatuhan Perpajakan Dari Pelaku E-Commerce.” *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)* 6 (1): 52–61. <https://doi.org/10.51289/peta.v6i1.471>.
- Penyuluhan, Direktorat, dan Hubungan Masyarakat Pajak Penghasilan PPh PPh, dan Hubungan Masyarakat, dan Pajak Penghasilan Daftar Isi Subjek Pajak Subjek Pajak Penghasilan Subjek Pajak Dalam Negeri Subjek Pajak Luar Negeri Tidak termasuk Subjek Pajak Objek Pajak Objek Pajak Penghasilan. n.d. “Direktorat Jenderal Pajak Direktorat Jenderal Pajak Pajak Penghasilan 2.”
- Ramadani, Suci. 2015. “Pengaruh Kecanggihan Teknologi Informasi, Partisipasi Manajemen Dan Pengetahuan Manajer Akuntansi Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi (Studi pada Badan Usaha Milik Negara Industri Strategis di Bandung).” *Universitas Pasundan*, 17.
- Siamena, Elfin, Harijanto Sabijono, dan Jessy D.L Warongan. 2017. “Pengaruh Sanksi Perpajakan Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Manado.” *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi* 12 (2): 917–27. <https://doi.org/10.32400/gc.12.2.18367.2017>.
- Sudrajat, Ajat, dan Arles Parulian Ompusunggu. 2015. “Pemanfaatan teknologi Informasi, Sosialisasi Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Kepatuhan Pajak.” *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)* 2 (02): 193–202. <https://doi.org/10.35838/jrap.v2i02.110>.
- Suriyadi. n.d. “Pengaturan Perpajakan Dalam Transaksi E-Commerce Dalam Rangka Penghindaran Pajak Berganda,” 1–34. <http://repository.unair.ac.id>.
- Wicaksono, Banu. 2018. “Meningkatkan Potensi Pajak Umkm Online Melalui Data E-Commerce.” *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 141–61.
- Winerungan, Oktaviane L. 2012. “Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wpop Di Kpp Manado Dan Kpp Bitung” 1 (3): 960–70.

Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi

Rio Jovinsen Jasumin^{1)*}, Andy²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾jovinsenrio@gmail.com

²⁾andy.andy@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Digital Marketing
Promosi
Kualitas Pelayanan
Keputusan Pembelian

Abstrak

Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi. Pada Penelitian ini, peneliti menjadikan rumus *Lemeshow* dalam menentukan sampel. Data yang digunakan adalah data primer yang mana didapat oleh penulis melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden.

Besar pengaruh signifikan variabel X1 dan Y adalah senilai 4,092 dari nilai tabel 1,66071 dengan angka signifikan $0,000 < 0,05$, besar pengaruh tidak signifikan variabel X2 dan Y adalah senilai $0,500 > 1,66071$ dengan angka signifikan $0,618 > 0,05$ dan pengaruh signifikan variabel X3 dan Y adalah senilai 8,084 dari nilai tabel 1,66071 dengan angka signifikan $0,000 < 0,05$.

Besar pengaruh pada simultan variabel X1, X2, X3 terhadap Y adalah sebesar $72,748 > 2,7$ yang memiliki arti lebih besar dari F tabel yang berarti ada pengaruh antara digital marketing, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi.

I. PENDAHULUAN

Indonesia telah menjadi negara peringkat ke-5 untuk jumlah konsumsi kopi. Data International Coffee Organization (ICO) (Bayu, n.d.) yang mencatat konsumsi kopi Indonesia periode 2020/2021 telah mencapai 5 juta kemasan 60kg per-kemasan. Hal ini pun dapat terlihat dari berbagai cara menjual produk yang beranekaragam pada dunia bisnis. Saat ini yang terjadi di Indonesia yaitu marak bisnis *coffee shop* atau kedai kopi. Dikarenakan mulai banyak kedai kopi saat ini, hal ini menciptakan persaingan dagang dan membuat kedai kopi menggunakan beragam strategi yang berbeda, tetapi masih banyak kedai kopi yang kurang aktif dalam memasarkan produk nya, tidak menonjolkan promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan nya.

Di era modern ini teknologi berdampak besar bagi dunia bisnis, dikarenakan hadir nya internet. Tidak sedikit para pe-bisnis menggunakan internet dalam memasarkan produk

nya. Saat ini, banyak kedai kopi yang memasarkan produk nya melalui digital marketing. Umumnya, kedai kopi memasarkan produk nya menggunakan media sosial untuk menonjolkan produk nya. Akan tetapi masih terdapat kedai kopi yang tidak menggunakan konsep digital marketing sebagai media untuk pemasaran sehingga banyak orang awam yang tidak mengenal produk dari kedai tersebut sebelum pergi ke kedai nya.

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang sedang tren saat ini, banyak kedai kopi yang memasarkan produknya di media sosial. Digital Marketing adalah aktivitas memasarkan yang melakukan *branding* berbasis web yang meliputi *website*, *blog*, *adwords*, *e-mail*, dan media sosial (Fika et al., 2020).

Digital marketing dianggap sebagai metode promosi yang tepat dan dibutuhkan oleh para pebisnis kedai kopi saat ini, karena lebih efektif untuk memasarkan produk pada era modern ini yang informasinya dapat di ketahui dengan menggunakan *smartphone*. Namun, masih banyak pebisnis kedai kopi yang kurangnya pengetahuan dalam mengfungsikan aset digital marketing dengan baik dan benar, yang mengakibatkan strategi promosi yang diterapkan kurang berdampak signifikan. Menurut penelitian terdahulu, promosi adalah kegiatan yang menginformasikan kepada pihak lain bertujuan untuk mengubah keinginan dan harapan orang lain. Dengan adanya promosi akan mempengaruhi pelanggan dalam keputusan pembelian produk tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas terdapat kasus serupa mengenai digital marketing, dan promosi terhadap keputusan pembelian yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Prayogi et al., 2021). Namun penelitian ini tidak mencakup kualitas pelayanan sebagai variabel yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian.

Suatu promosi berpengaruh apabila konsumen lebih mengenal layanan yang dapat digunakannya. Saat ini, kualitas pelayanan menjadi pembeda maupun ciri khas pada setiap kedai kopi. Kualitas pelayanan adalah salah satu daya tarik secara individual bagi pelanggan. Pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan harus di dukung oleh para pegawai yang andal, memiliki kompeten, dan dapat memahami para konsumen(Hernawan et al., 2019). Sayangnya, masih terdapat kedai kopi yang kurang memuaskan dalam memberikan pelayanan bagi konsumen seperti pegawai yang tidak bisa menjawab pertanyaan konsumen tentang jenis biji kopi apa yang digunakan, sehingga membuat konsumen menjadi ragu untuk membeli produk dari kedai kopi tersebut.

Menurut (Tjiptono & Gregorius, 2017,90) Kualitas Pelayanan adalah suatu sikap atau nilai secara keseluruhan terhadap keunggulan pada pelayanan. Kualitas pelayanan dicapai dengan memenuhi kebutuhan, keinginan pelanggan serta mengimbangi atau melampaui harapan dari pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus disajikan oleh perusahaan agar terpenuhi kebutuhan dan keinginan yang dimiliki pelanggan agar sesuai dengan harapan pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas terdapat kasus serupa mengenai kualitas pelayanan berpengaruh pada keputusan pembelian yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Hutagalung & Waluyo, 2020). Namun penelitian ini tidak mencakup digital marketing dan promosi sebagai variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Pada saat ini banyak kedai kopi berlomba-lomba untuk memasarkan produk, mempromosikan produk, meningkatkan kualitas pelayanan agar menarik perhatian pembeli dan membuat pembeli merasa nyaman dengan kedai kopi tersebut, seperti tampilan produk yang menarik, terdapat banyak promo dari varian produk, pelayanan yang ramah dan sebagainya. Dengan cara itu sangat memudahkan kedai kopi dalam

mendapatkan konsumen dalam memutuskan pembelian produk di kedai tersebut. Tetapi, masih terdapat kedai yang tidak mepedulikan hal tersebut sehingga sebagian konsumen tidak terpengaruh untuk memutuskan membeli pada kedai kopi tersebut. Menurut Menurut Schiffman dan Kanuk (Suri amalia, M Oloan asmara Nst 2017,664) yaitu: “Keputusan Pembelian adalah sebuah perilaku yang ditunjukkan konsumen ketika menelusuri produk, memberi, memakai produk, menguji produk dan menghabiskan produk yang diharap bisa memenuhi keperluan dirinya.”

PT. EOS Maju Bersama (Kopi Soe) adalah salah satu produsen olahan kopi dengan berbagai macam varian rasa. PT EOS Maju Bersama berdiri pada tahun 2018. Kopi Soe mengalami perkembangan yang sangat pesat, bila pada february 2019 Kopi Soe memiliki 10 cabang, pada tahun 2021 ini Kopi Soe memiliki kurang lebih 200 *Franchise*, salah satunya adalah Kopi Soe Kutabumi. Selain produk berbasis kopi, Kopi Soe Kutabumi pun terdapat menu non-kopi, dan cemilan dengan rasa klasik sehingga konsumen akan selalu mengingat rasa klasik khas Indonesia. Kopi Soe Kutabumi adalah salah satu kedai kopi yang memasarkan produk nya melalui digital marketing. Kopi Soe Kutabumi sangat aktif menggunakan media sosial untuk memasarkan produk yang sedang dan akan dijual pada kedainya dengan desain produk yang menarik, dan juga promosi yang sedang tersedia pada kedainya. Dengan adanya digital marketing tersebut konsumen dapat mengetahui produk yang terdapat pada kedai Kopi Soe terutama produk *signature* nya yang membuat konsumen mengenal Kopi Soe yaitu Kopi Roegal (Kopi Rum Regal). Selain itu, konsumen dapat mengetahui jenis bahan yang digunakan dengan bertanya di media sosial Kopi Soe Kutabumi atau barista di kedai kopi tersebut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Digital Marketing

Menurut (Yunus, 2019) menyatakan bahwa:

Digital Marketing adalah kegiatan memasarkan yang memanfaatkan media digital untuk berkomunikasi kepada pelanggan atau calon pelanggan.

Menurut Ridwan Sanjaya dan Joshua Taringan (Fika et al., 2020) mengatakan bahwa:

Digital Marketing adalah aktivitas memasarkan yang melakukan *branding* berbasis web yang meliputi *website*, *blog*, *adwords*, *e-mail*, dan media sosial.

Menurut Smith dan Chaffey (Fika et al., 2020) mengatakan bahwa:

Digital Marketing adalah dasar dari *e-business*, semakin intim perusahaan kepada pelanggan dan mengenal dengan baik, meningkatkan mutu pada produk, memperlebar koneksi distribusi dan meningkatkan penjualan melalui *e-marketing* didasari oleh media digital yaitu memasarkan menggunakan *search engine*, iklan online dan afiliasi perdagangan.

Promosi

Menurut Kotler (Firmansyah, (2018, p. 330) mengatakan bahwa:

Promosi terbentuk dari beragam insentif yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen dan pedagang agar memperbanyak atau mempercepat dalam membeli suatu produk.

Menurut (Titik Wijayanti, (2017, p. 71) mengatakan bahwa:

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang menjadi kunci keberhasilan pada produk dan jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong (Firli Musfar, 2020) mengatakan bahwa:

Promosi berfungsi untuk memberitahu, membujuk dan berimbas pada keputusan pembelian konsumen.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (Hutagalung & Waluyo, 2020) mengatakan bahwa:

Kualitas Pelayanan adalah suatu keandalan yang sesuai harapan dan pengendalian atas keandalan tersebut agar terpenuhi keinginan pada pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorious Chandra dalam (Ginny et al., 2022) mengatakan bahwa: Kualitas Pelayanan adalah suatu sikap atau nilai secara keseluruhan terhadap keunggulan pada pelayanan.

Menurut Tjiptono (Sunyoto, 2018) mengatakan bahwa:

Kualitas pelayanan adalah penyajian produk yang memenuhi dengan standar yang berlaku, dan penyajian tersebut seminimalnya sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

Keputusan Pembelian

Menurut Lupiyoadi (Suri amalia, M. Oloan Asmara Nst 2017,664) mengatakan bahwa:

Keputusan Pembelian adalah sebuah teori perilaku pembelian dimana pelanggan membeli atau memakai produk tersebut.

Menurut Schiffman dan Kanuk (Suri amalia, M Oloan asmara Nst 2017,664) mengatakan bahwa: Keputusan Pembelian adalah sebuah perilaku yang ditunjukkan konsumen ketika menelusuri produk, memberi, memakai produk, menguji produk dan menghabiskan produk yang diharap bisa memenuhi keperluan dirinya.

Menurut Tjiptono (Suri amalia, M Oloan asmara 2017,664) mengatakan bahwa:

Keputusan pembelian adalah proses ketika konsumen mengetahui masalah, menelusuri informasi tentang produk tertentu dan menguji sebesar apa dari setiap alternatif mampu menyelesaikan masalah konsumen, yang berdampak pada keputusan membeli produk.

III. METODE

1. Jenis data

a. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif merupakan sebuah data berisi angka. Dari bentuk bilangan angka, data kuantitatif diolah menggunakan rumus matematika atau menganalisis menggunakan sistem statistik.

Menurut (Sugiyono, 2018) menyatakan yaitu:

Data kuantitatif merupakan data konkrit berupa angka untuk diukur menggunakan statistik sebagai alat perhitungan.

2. Sumber data

a. Data Primer

Data primer adalah sekumpulan informasi yang didapat dan dikumpul langsung dari individu maupun kelompok dengan menyebar kuesioner yang akan diisi responden yaitu pada pembeli Kopi Soe di Kutabumi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sekumpulan informasi yang didapat dengan tidak langsung yang menggunakan perantara media, memiliki tujuan tertentu dan dapat digunakan untuk berbagai penelitian. Untuk mengumpulkan data sekunder penelitian ini berasal dari buku referensi, jurnal-jurnal, dan internet yang memiliki kaitan pada variabel yang sedang diteliti.

3. Sampel dan Populasi

a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018) menyatakan yaitu:

Populasi adalah suatu area atau lokasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki jumlah dan karakter tertentu yang ditetapkan peneliti bertujuan di pelajari lalu dicari kesimpulkannya.

Populasi dari penelitian ini yaitu konsumen Kopi Soe.

b. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) Menyatakan yaitu:

Sampel merupakan sebagian daripada suatu populasi. Sampel yang baik adalah dapat mewakilkan populasinya atau representatif (mewakili).

Jumlah ukuran sampel tergantung dari seberapa besar ketelitian dan kesalahan yang diinginkan peneliti. Pada penelitian sosial, nilai maksimal derajat kesalahan adalah sebesar 5%. Hal penting dalam pengambilan sampel adalah bagaimana sampel tersebut representatif atau dapat mewakili setiap anggota pada populasi. Sampel dari penelitian ini menggunakan sampel dengan rumus *Lemeshow*, hal ini disebabkan oleh jumlah dari populasi yang tidak terbatas atau tidak diketahui.

4. Pengukuran

Uji yang digunakan pada penelitian yang telah dilaksanakan adalah:

1. Uji Frekuensi

Menurut Hasan (Aghastya & Tamtomo, 2017) menyatakan bahwa:

Distribusi Frekuensi merupakan susunan data yang berhubungan berdasarkan setiap kelas interval maupun kategori tertentu pada suatu daftar yang memberikan keterangan pada suatu data.

2. Uji Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) mengatakan yaitu:

Statistik deskriptif menggambarkan ataupun mendeskripsikan data yang terdiri dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan *skewness*.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan yaitu:

Uji validitas diperlukan untuk mengukur sah atau tidak nya pada kuesioner.

Menurut Ghozali (Ghozali, 2018) mengatakan bahwa :

Uji reliabilitas berguna untuk mengukur kuesioner dari indikator variabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas diperlukan karena berfungsi menguji ketika model regresi, variabel pengganggu ataupun residual berdistribusi wajar.

Uji Multikolinearitas diperlukan karena berfungsi menguji ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen pada model regresi.

Hasil pengujian heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji model regresi terdapat persamaan atau tidak sama bentuk residual dari satu titik ke titik lain.

5. Analisis regresi

Menurut (Ghozali, 2018) mengatakan yaitu:

Metode statistik yang digunakan untuk menguji bahwa apakah regresi hubungan dari antara variabel terikat dan variabel bebas.

6. Koefisien determinasi

Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan yaitu:

Uji Koefisien determinasi bertujuan untuk menghitung sebesar apa variabel dependen yang digunakan dapat menerangkan variabel yang independen.

7. Uji Hipotesis

Menurut (Ghozali 2018) menyatakan yaitu:

Uji t berfungsi untuk mengukur setiap variabel independen sebesar apa pengaruhnya secara signifikan pada variabel dependen.

Menurut (Ghozali 2018) menyatakan yaitu:

Uji F berfungsi untuk menunjukkan apakah variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen secara serentak.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Tabel IV.1
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.695	.685	3.32058

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS *Statistics Versi 24*

Hasil dari penelitian ini terdapat nilai R sebesar 0,833. Pada *Adjusted R Square* bernilai 0,685. Hasil ini menjelaskan jika variabel digital marketing, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 68,5% terhadap keputusan pembelian. Sementara sisanya 31,5% dipengaruhi faktor lain selain variabel penelitian ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel IV.2
Uji Signifikan Parsial

Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.261	2.702		.467	.642
	Digital Marketing	.301	.074	.328	4.092	.000
	Promosi	.040	.080	.042	.500	.618
	Kualitas Pelayanan	.629	.078	.578	8.084	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS *Statistics Versi 24*

Untuk t hitung, t hitung > t tabel ketiga variabel tersebut menjelaskan t hitung (4,092 (X1), 0,500 (X2), 8,084 (X3) nilai t tabel 1,66071 yang artinya ada pengaruh signifikan secara parsial diantara (X1) digital marketing dan (X3) kualitas pelayanan terhadap

keputusan pembelian sedangkan tidak ada pengaruh signifikan secara parsial dari (X3) promosi terhadap keputusan pembelian Kopi Soe di Kutabumi.

b. Uji F

Tabel IV.3
Uji Signifikan Simultan

		ANOVA				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2406.392	3	802.131	72.748	.000 ^b
	Residual	1058.518	96	11.026		
	Total	3464.910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Digital Marketing, Promosi

Sumber: SPSS Statistics Versi 24

Pada tabel diatas dijelaskan variabel digital marketing, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat diketahui dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $72,748 > 2,70$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan ini secara simultan terdapat pengaruh positif antara variabel digital marketing, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Kopi Soe di Kutabumi.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi.

1. Hipotesis I memperlihatkan adanya pengaruh signifikan antara digital marketing terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi yang dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} 4,092 > t_{tabel} 1,66071$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian juga mendukung penelitian (Prayogi et al., 2021) yang mengatakan bahwa digital marketing memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian ada pengaruh antara variabel digital marketing terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi.
2. Hipotesis II memperlihatkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi yang dibuktikan oleh $t_{hitung} 0,500 > t_{tabel} 1,66071$ dan signifikansi $0,618 > 0,05$. Hasil penelitian juga mendukung penelitian (Hasbiyadi et al., 2017) yang mengatakan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian tidak adanya pengaruh antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi.
3. Hipotesis III memperlihatkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi yang dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $8,084 > t_{tabel} 1,66071$ dan signifikan $0,000 > 0,05$. Hasil penelitian juga

mendukung penelitian (Hutagalung & Waluyo, 2020) yang mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Dengan demikian adanya pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi.

4. Hipotesis IV memperlihatkan adanya pengaruh positif secara simultan antara digital marketing, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi yang dibuktikan dengan hasil nilai f_{hitung} sebesar $72,748 > 2,70$
5. Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa ketiga variabel tersebut hanya mempunyai pengaruh 68,5%, sementara sisanya 31,5% dipengaruhi faktor lain selain variabel penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghastya, A., & Tamtomo, W. (2017). Analisis Distribusi Keterlambatan Kereta Angkutan Lebaran Tahun 2016 Pada Daop 7. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia*, 1(Maret), 51–62.
- Bayu, D. (n.d.). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?*
- Fika, S., Salsabilla, W., & Batangriyan, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Image Di Pt . Central Global Network. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(September), 1–12.
- Firli Musfar, T. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. In *Media Sains Indonesia*.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran). In *CV Budi Utama* (Nomor December).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS-Imam Ghozali-2018. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (hal. 1–32).
- Ginny, P. L., Silaswara, D., & Parameswari, R. (2022). Effectiveness of Quality of Seminar Services and Corporate Image on Consumer Satisfaction of Seminar Services. *eCo-Fin*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.32877/ef.v4i1.455>
- Hasbiyadi, Suartini, Mursalim, Djunaid, S., & Masrum, A. A. (2017). Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Villa Samata Sejahtera Pada Pt . Sungai Sadding. *Jurnal Ilmiah Boganya (Manajemen & Akuntansi)*, 22, 57–64.
- Hernawan, E., AgusKusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM*.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(Iii), 209–215.
- Prayogi, B. S., Sumowo, S., & Nursaidah, N. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU SPECS (Studi Kasus di Toko Andra Sports Ambulu). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 50–65. <https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1696>
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. In *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta*.
- Sunyoto, D. (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran*. Caps Publishing.
- Suri amalia, M. O. asmara N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.

- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi, 3.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan! Dalam Bisnis (Indonesian Edition)*: Titik Wijayanti: 9786020438443: Amazon.com: Books. July 28.
- Yunus, U. (2019). *Digital Branding Teori dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media.

Pengaruh Budaya Kerja Organisasi, Gaya Kepimpinan, Lingkungan Kerja Fisik, Dan Disiplin Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Binakreasi Inti Gemilang

Selda Militri Dora Br Surbakti^{1)*}, Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾surbaktiselda@gmail.com

²⁾kusnawanagus71@email.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Budaya Kerja Organisasi,
Gaya Kepimpinan,
Lingkungan Kerja Fisik
Disiplin Kerja
Kepuasan Kerja Karyawan

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh Budaya Kerja Organisasi, Gaya Kepimpinan, Lingkungan Kerja Fisik, dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT.Binakreasi Inti Gemilang. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah . Analisis yang penulis gunakan di dalam skripsi ini adalah metode kuantitatif, penulis melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji f.

Terdapat pengaruh antara variabel independen yakni variabel Budaya Kerja Organisasi (X1), Gaya Kepimpinan (X2), Lingkungan Kerja Fisik(X3), dan Disiplin Kerja (X4) yang berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja Karyawan (Y) pada PT.Binakreasi Inti Gemilang. Budaya Kerja Organisasi (X1) memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, Gaya Kepimpinan(X2) memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, Lingkungan Kerja Fisik (X3) memiliki pengaruh dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05, Disiplin Kerja (X4) memiliki pengaruh dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari yang sudah ditetapkan sebesar 0,05

I. PENDAHULUAN

Setiap orang pasti akan merasakan dunia kerja untuk itu semua pelamar tenaga kerja harus mempersiapkan diri untuk terjun ke dunia kerja. Maka dari itu pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja fisik, dan disiplin kerja harus di persiapkan secara matang untuk melakukan tugas yang diberikan perusahaan. Dengan mengikuti membiasakan diri dengan budaya organisasi yang ada di perusahaan tempatnya bekerja, dengan itu akan

memberikan hasil yang memuaskan setiap karyawan, dan perusahaan itu sendiri. Perusahaan harus memerhatikan semua karyawan yang ada di perusahaan oleh karena itu pengaruh budaya organisasi harus dibuat dengan baik agar dapat memberikan kebiasaan perilaku organisasi secara moral, dan dapat ditaati dalam rangka pelaksanaan perusahaan..

Gaya kepemimpinan banyak hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan kerja karyawan, diantaranya melalui tingkat kepuasan yang telah dikerjakan tingkat kepuasan karyawan dipengaruhi dari banyak hal diantaranya gaya kepemimpinan yang dimiliki oleh seorang pemimpin suatu perusahaan yang merupakan proses berlangsungnya seorang pemimpin dalam menghadapi sebuah permasalahan yang ada di dalam perusahaan, baik antara sesama karyawan maupun permasalahan perbedaan pendapat anatara karyawan dengan pemimpin. Sehingga semua karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut dapat bekerja dengan baik, dan membuat karyawan puas atas sikap kepemimpinan perusahaan. Gaya kepemimpinan dalam organisasi merupakan perilaku organisasi yaitu suatu tindakan, dan sikap yang ditunjukkan oleh anggota di organisasi. dengan adanya sifat pribadi kepemimpinan dapat dipengaruhi oleh kemampuan pribadi untuk memimpin karyawan dengan baik. Gaya kepemimpinan adalah pemimpin yang mampu mengelola, mengarahkan, mempengaruhi, memerintah, dan memotivasi bawahannya untuk memperoleh tujuan yang diinginkan perusahaan. Selain itu, pemimpin harus memiliki gaya kepemimpinan yang baik, dan efektif yang nantinya akan berpengaruh terhadap kepuasan kerja para bawahannya. Pemimpin perlu memikirkan, dan memperlihatkan gaya kepemimpinan yang akan diterapkan kepada karyawannya. Gaya kepemimpinan yang sesuai, dan mampu menciptakan kondisi kerja yang nyaman, dan baik dapat memberikan kepuasan kepada bawahannya untuk bekerja lebih baik. Sekalipun pemimpin adalah seorang introvert, pemimpin harus dapat membangun komunikasi yang baik di lingkungan organisasi. oleh karena itu pemimpin tidak boleh berdiam diri saja. Contohnya, bisa terjadi perbedaan pendapat ataupun *miscommunication* dengan rekan kerja organisasi, dan pemimpin merasa kesulitan jika memberikan arahan tugas kepada karyawan. Dengan gaya kepemimpinan yang baik karyawan akan merasa puas dalam menjalankan pekerjaannya.

Lingkungan kerja fisik adalah segala hal yang berhubungan dengan aktivitas karyawan di dalam perusahaan. Perusahaan harus menyediakan ruangan kerja, kursi, meja, temperatur, kelembapan, sirkulasi udara, pencahayaan, dan lain-lain. Untuk memberikan kenyamanan karyawan agar karyawan dapat bekerja dengan baik. Lingkungan fisik amat terkait dengan tempat kerja atau aktivitas untuk setiap karyawan. Oleh karena itu, lingkungan fisik memengaruhi keputusan, dan emosi para karyawan. Sebaliknya lingkungan kerja yang kurang baik dapat membuat stress, dan kejenuhan yang berarti pula akan menurunkan kinerja organisasi.

Disiplin kerja, sebagai suatu sikap menghormati, menghargai patuh, dan taat terhadap peraturan-peraturan yang berlaku baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis serta sanggup menjalankannya, dan tidak mengelak menerima sanksi-sanksi apabila ia melanggar tugas, dan wewenang yang diberikan kepadanya. Masih ada karyawan yang tidak disiplin waktu diartikan sebagai sikap atau perilaku yang tidak mengekspresikan ketaatan pada jam kerja, meliputi kehadiran, dan kepatuhan karyawan selama jam kerja.

Pengaruh budaya organisasi, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja fisik, dan disiplin kerja terhadap kepuasan kerja karyawan memiliki kedudukan yang sangat penting, dan strategis di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. budaya organisasi, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja fisik, dan disiplin kerja sangat penting bagi perusahaan dalam mengelola, mengatur, dan memanfaatkan karyawan. Budaya organisasi, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja fisik, dan disiplin kerja sebagai penggerak perusahaan dalam mencapai tujuannya, maka upaya-upaya perusahaan di harapkan kepuasan kerja karyawan tercapai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.

Bedasarkan latar belakang di atas penulis mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Fisik, dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. BINAKREASI INTI GEMILANG”**

II. TINJAUAN PUSTAKA

Budaya Organisasi

Menurut (Wibowo et al., 2020) menyatakan bahwa :

“Budaya organisasi merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam suatu perusahaan karena setiap perusahaan pasti memiliki budaya organisasi yang berbeda dengan perusahaan lainnya”.

Menurut (Andy & ida ayu made sintya dwi s, 2019) menyatakan bahwa :

“Budaya organisasi merupakan suatu kebiasaan yang telah berlangsung lama dan dipakai serta diterapkan dalam kehidupan aktivitas kerja para karyawan dan pimpinan organisasi.”.

Gaya Kepemimpinan

Menurut (Firmansyah et al., 2022) Menyatakan bahwa:

“gaya kepemimpinan yang dapat mengarahkan, membimbing, dan memotivasi karyawannya agar mau dan mampu bekerja secara disiplin.”.

Menurut (Indara Gunawan, 2015) menyatakan yaitu :

“Lingkungan kerja ialah seluruh suatu yang terdapat di dekat karyawan pada disaat bekerja, baik yang wujud fisik ataupun non fisik, yang sanggup menambah semangat serta kinerja karyawan”.

Lingkungan Kerja Fisik

Berdasarkan (WIJAYA, 2020), menyatakan bahwa :

“Stres adalah sebagai kondisi ketegangan yang tidak menyenangkan, karena seseorang secara subjektif merasa ada sesuatu yang membebani dirinya”.

Menurut (Antonius ,2020) menyatakan bahwa :

“Stres adalah gangguan mental yang di hadapi seseorang akibat adanya tekanan, tekanan ini muncul dari kegagalan individu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya”.

Disiplin Kerja

Menurut (yonata, 2021)menyatakan bahwa

“Merupakan bagian kepuasan hidup yang yang berhubungan dengan perasaan dan sikap umum dari seorang pekerja terhadap pekerjaannya”

berdasa

Berdasarkan (Efendi & Widiyanto, 2022) “Disiplin kerja sangat penting dalam suatu organisasi, karena dengan disiplin kerja pegawaiilah suatu organisasi dapat menggapai tujuan dari program kerja yang dikerjakannya.”

Kepuasan kerja

Berdasarkan (Gusriani, 2018) menyatakan bahwa :

“Kepuasan kerja yang dirasa oleh medical representatif tidak terlepas dari suatu keadaan yang mengikuti seorang individu, salah satunya yaitu stress”

Menurut (Purnamasari, 2018)menyatakan bahwa : ”kepuasan kerja adalah merupakan tingkat perasaan senang seseorang sebagai penilaian positif terhadap pekerjaannya dan lingkungan tepat pekerjaannya.”

III. METODE

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode serta jenis penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2017a) penelitian kuantitatif merupakan " metode penelitian yang berdasarkan pada prinsip positivisme, dipakai guna mempelajari pada populasi ataupun ilustrasi khusus, pengumpulan informasi memakai instrument riset, analisis informasi berkarakter kuantitatif ataupun statistik, dengan tujuan guna mencoba anggapan yang sudah diresmikan".

Riset ini lebih pada asumsi para responden pada industri ataupun kelompok yang hendak di analisis alhasil menginginkan tata cara pengerjaan informasi yang lebih mendetail dengan memakai tata cara pengolahan informasi statistik.

Jenis Data

Sumber data adalah informasi yang didapat dengan memakai tata cara khusus bagus berbentuk orang, data, dan akta. Supaya tidak terjalin kekeliruan dalam memilah basis energi yang cocok dengan riset sehingga wawasan hal informasi amat dibutuhkan.

Teknik Pengumpulan Data Teknik

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Kuesioner (Angket) Metode pengumpulan informasi ini dicoba dengan metode mengedarkan angket ataupun lazim diucap catatan statment yang bermuatan mengenai elastis yang periset seleksi.
2. Riset Kepustakaan Riset daftar pustaka ini dipakai supaya bisa mengakumulasi informasi inferior. Semacam alas filosofi serta data yang berkaitan dengan elastis riset ini. Riset ini dicoba dengan mengakumulasi informasi yang berasal dari literatur- literatur, dan hasil riset yang lain. Sehingga dari itu riset ini hendak amat bermanfaat selaku materi refrensi atau analogi.
3. Studi Internet(Online Research) Studi internet ini dipakai guna mendapatkan bermacam berbagai informasi, dan data yang diperlukan guna memenuhi informasi yang berkaitan dengan riset ini lewat web yang ada.
4. Riset Dokumentasi Riset pemilihan ialah sesuatu metode pengumpulan informasi dengan metode menekuni akta guna memperoleh informasi ataupun data yang berhubungan dengan permasalahan yang diawasi

Populasi

Menurut(Sugiyono, 2018) menyatakan bahwa:

“populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas, dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya”

populasi adalah keseluruhan dari jumlah objek yang akan diteliti yang terdiri dari kumpulan sampel penelitian yang memiliki karakteristik, dan kepribadian yang berbeda, dan pada populasi pada penelitian ini yaitu seluruh karyawan PT.Binakreasi Inti Gemilang yang berjumlah 217 karyawan.

Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017,120) mengatakan bahwa:

“Sampel adalah bagian dari jumlah, dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”.

Jumlah sampel yang akan diambil dari PT.Binakreasi Inti Gemilang yaitu sebanyak 101 karyawan. Menurut (Sugiyono, 2017,158) mengatakan bahwa: Terdapat beberapa ukuran sampel, yaitu sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila dalam penelitian melakukan analisis dengan menggunakan multiple regression, maka sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

Misalnya variabel penelitian ada tiga (5 variabel, 4 variabel independen, dan satu variabel dependen), maka jumlah sampel yaitu $5 \times 10 = 50$.

Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data untuk menguji tingkat keakuratan data sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti, menggunakan analisis regresi sederhana analisis regresi linear berganda, pengujian ini penelitian menggunakan bantuan *software* spss versi 25

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

a. uji regrasi linear berganda

Tabel IV.62
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KualitasPelayanan	101	25	50	43.51	4.701
KualitasProduk	101	27	50	44.01	4.529
Harga	101	29	50	44.20	4.542
KeputusanPembelian	101	26	50	43.73	4.951
Valid N (listwise)	101				

Sumber : Hasil oleh data kuesioner

Dari tabel Descriptive Statistic diatas dapat dilihat bahwa:

- a. Mean / rata-rata dari kualitas pelayanan (X1) dengan jumlah responden 101 orang adalah 43,51 dengan standar deviasi 4,701.
- b. Mean / rata-rata dari kualitas produk (X2) dengan jumlah responden 101 orang adalah 44,01 dengan standar deviasi 4,529.
- c. Mean / rata-rata dari harga (X3) dengan jumlah responden 101 orang adalah 44,20 dengan standar deviasi 4,542.
- d. Mean / rata-rata dari keputusan pembelian (Y) dengan jumlah responden 101 orang adalah 43,73 dengan standar deviasi 4,951.

b.Uji Koefisien Determinansi (R²)

Tabel IV.62
Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	0.490	0.486	4.104
2	.794 ^b	0.631	0.625	3.505
3	.810 ^c	0.656	0.648	3.397

a. Predictors: (Constant), Disiplin

b. Predictors: (Constant), Disiplin, Budaya

c. Predictors: (Constant), Disiplin, Budaya, Lingkungan Fisik

d. Dependent Variable: Kepuasan Kerja

Sumber : Hasil oleh data kuesioner

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa R untuk model 1 menunjukkan angka koefisien korelasi sebesar 0,700.

Hal ini berarti pengaruh disiplin terhadap kepuasan kerja adalah kuat. Nilai R untuk model 2 menunjukkan angka koefisien korelasi sebesar 0,794 yang berarti pengaruh disiplin, dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan kuat. Nilai R pada model ketiga menunjukkan angka koefisien korelasi sebesar 0,810 yang berarti pengaruh disiplin, budaya organisasi, dan lingkungan fisik terhadap kepuasan kerja karyawan tergolong kuat.

R Square model 1 menunjukkan angka 0,490 yang merupakan pengkuadratan dari koefisien korelasi, begitu pula dengan nilai R square untuk model 2, dan 3. R Square model 1 disebut juga koefisien determinasi yang berarti besarnya pengaruh pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan adalah sebesar 49%. Sedangkan pengaruh disiplin terhadap kepuasan kerja sebesar 63,1%, dan pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan kerja sebesar 65,6%.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel dari Budaya Organisasi (X1), Gaya Kepemimpinan (X2), Lingkungan Kerja Positif (X3) Disiplin Kerja (X4) terhadap variabel terikat (dependent) yaitu Kepuasan Kinerja (Y) secara parsial (sendiri-sendiri). Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai hitung dengan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka dikatakan pengaruhnya signifikan, dan apabila t hitung < t tabel, maka dikatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.971	2.291		3.355	.785
	Budaya Organisasi	.453	.095	.431	4.783	.000
	Gaya Kepemimpinan	.072	.126	.066	.571	.569
	Lingkungan Kerja Fisik	.485	.100	.445	4.831	.000
	Disiplin	.078	.096	.438	.601	.634

a. Dependent Variable: Kepuasan Kinerja

Sumber : Hasil oleh data kuesioner

1. Budaya Organisasi

H1: Diduga X1 berpengaruh terhadap Y

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t budaya organisasi (X1) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk motivasi sebesar 4.783 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung < t tabel, sehingga H1 diterima

2. Gaya Kepemimpinan

H2: Diduga X2 berpengaruh terhadap Y

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t gaya kepemimpinan (X2) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk disiplin sebesar 0.571 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung > t tabel, sehingga H2 diterima.

3. Lingkungan Kerja Fisik

H3: Diduga X2 berpengaruh terhadap Y

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t Lingkungan Kerja Fisik (X3) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk disiplin sebesar 4.831 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung > t tabel, sehingga H3 diterima.

4. Disiplin

H4: Diduga X4 berpengaruh terhadap Y

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t Disiplin (X) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk disiplin sebesar 0.601 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung > t tabel, sehingga H4 diterima.

• Uji F

Tabel IV.61
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2036.146	1	2036.146	120.893	.000 ^b
	Residual	2122.158	126	16.843		
	Total	4158.305	127			
2	Regression	2622.280	2	1311.140	106.699	.000 ^c
	Residual	1536.025	125	12.288		
	Total	4158.305	127			

3	Regression	2727.595	3	909.198	78.800	.000 ^d
	Residual	1430.710	124	11.538		
	Total	4158.305	127			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja
- b. Predictors: (Constant), Disiplin
- c. Predictors: (Constant), Disiplin, Budaya
- d. Predictors: (Constant), Disiplin, Budaya, Lingkungan Fisik

Sumber : Hasil oleh data kuesioner

Dari hasil uji anova pada ketiga model regresi, diketahui bahwa ketiganya memiliki signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel disiplin, budaya, dan lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dan pembahasan mengenai pengaruh Budaya Organisasi (X1) Gaya Kepemimpinan(X2) Lingkungan Kerja Fisik(X3) Disiplin Kerja (X4) Kepuasan Kerja Karyawan (Y) pada PT. Binakreasi Inti Gemilang, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kinerja

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t kualitas pelayanan (X1) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk motivasi sebesar 4.783 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kepuasan kinerja karyawan, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung < t tabel, sehingga H1 diterima.

2. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kinerja

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t kualitas produk (X2) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk disiplin sebesar 0.571 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan kinerja karyawan, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung > t tabel, sehingga H2 diterima.

3. Pengaruh Kualitas Lingkungan Fisik Terhadap Kepuasan Kinerja

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t harga (X3) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk disiplin sebesar 4.831 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan kinerja karyawan, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung > t tabel, sehingga H3 diterima.

4. Pengaruh Disiplin Terhadap Kepuasan Kinerja

Berdasarkan hasil yang sudah diperoleh pada uji t harga (X4) dapat dijelaskan bahwa besarnya t hitung untuk disiplin sebesar 0.631 dengan signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa Disiplin berpengaruh positif terhadap kepuasan kinerja karyawan karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan t hitung > t tabel, sehingga H4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, & ida ayu made sintya dwi s. (2019). *Pengaruh Budaya Organisasi, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama Republik Indonesia*. 2, 1–9. <https://doi.org/10.37700/0033-2909.I26.1.78>
- Efendi, I., & Widiyanto, G. (2022). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Pemberian Kompensasi , Lingkungan Kerja , dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Bagian Produksi Pada PT . Baru Baru Sepatu*. 1(2).
- Firmansyah, Aulia, nanda fiani, & Suhendri. (2022). PENGARUH MOTIVASI DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP DISIPLIN KERJA KARYAWAN PADA PT. KISEL (TELKOMSEL) PEKANBARU. *Journl in Management and Entrepreneurship*, 1(8.5.2017), 2003–2005.
- Gusriani, G. (2018). *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Kesehatan Kabupaten Takalar*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/13326/>
- Indara Gunawan. (2015). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya*. 10.
- Purnamasari, D. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Guru Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Swasta Sekecamatan Pondok Aren. *Jurnal Sainatika Unpam : Jurnal Sains Dan Matematika Unpam*, 1(1), 108. <https://doi.org/10.32493/jsmu.v1i1.1607>
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (cv ALFABETA (ed.)).
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Wibowo, F. P., Sugandha, & Tholok, F. W. (2020). *PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJAWibowo, F. P., Sugandha, & Tholok, F. W. (2020). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA (Studi Kasus di PT Mutiara Nusantara Globalindo) FX. 20(3), 248–258.A TERHADAP KINERJA (Studi K. 20(3), 248–258*.
- WIJAYA, O. B. (2020). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. UNIAIR INDOTAMA CARGO*. Universitas Buddhi Dharma.
- yonata, henderian. (2021). *pengaruh budaya organisasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pada pt.prima jaya*. 10.

Pengaruh Pemasaran Secara Digital, Harga, dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet

Frans Talu Pasaribu^{1)*}, Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Franslola90@gmail.com

²⁾kusnawanagus71@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima, September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022

Kata kunci:

Steam
Pemasaran digital
Promosi digital
Summer sale

Abstrak

Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui dan menguji seberapa pengaruh pemasaran digital, harga, promosi *summer sale* di *platform* steam terhadap keputusan pembelian *e-wallet* pada steam. Penelitian ini menerapkan metode sampel acak dalam menentukan sampelnya dan didukung oleh sumber data primer dan sekunder untuk memperkuat teori dan pembahasan penelitian. Metode analisis yang digunakan regresi linear berganda sehingga dapat disimpulkan bahwa, variabel pemasaran digital terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung $8,034 > t$ tabel $0,1996$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa signifikansi positif pada pemasaran digital mempengaruhi keputusan pembelian, lalu variabel harga terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung $10,441 > t$ tabel $0,1996$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memiliki signifikansi positif terhadap pengaruhnya pada keputusan pembelian, dan variabel promosi terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung $10,565 > t$ tabel $0,1996$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji F didapat Fhitung untuk promosi dan variasi produk dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ atau Fhitung $> F$ tabel $12,514 > 2,70$, sehingga dapat disimpulkan terdapat signifikansi dan implikasi antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

I. PENDAHULUAN

Di era modern ini, transaksi digital merupakan salah satu opsi pembayaran yang cukup lumrah dilakukan perihal melakukan transaksi pembelian barang maupun jasa. Pernyataan tersebut didukung oleh Agus Kusnawan (2019) dalam artikelnya: “*Perkembangan teknologi saat ini telah memicu banyak perubahan pada karakteristik pola berbelanja konsumen yang awalnya*

melakukan pembelian secara langsung dengan mendatangi toko tempat barang dijual menjadi penjualan secara online. Perubahan juga terjadi dengan pola pembayaran pembelian produk, konsumen pun beralih dari pembayaran dengan tunai atau kredit menjadi pembelian dengan sistem pembayaran digital dengan menggunakan berbagai aplikasi yang tersedia, baik yang disediakan oleh bank-bank terkemuka maupun perusahaan penyedia dana lainnya". (Kusnawan, Agus, Andy, Eso Hernawan, Diana Silaswara, 2020) mengatakan bahwa :n"*N appeal for transfer of use from the cash payment system to the non-cash payment system in addition to reducing the use of paper materials and metal as raw material formaking cash, this was also triggered by the rapid growth of internet users in Indonesia*".

Banyak sekali *platform* yang menyediakan layanan transaksi digital yang salah satunya yang terdapat pada *platform* Steam. Transaksi digital via *steam wallet* dalam *platform* digital Steam, dapat digunakan untuk membeli *item* yang ada dalam suatu *game* maupun untuk membeli *game* yang di di *platform steam*. Dalam pembeliannya, jenis file yang diunduh akan tersimpan pada direktori penyimpanan komputer atau laptop milik pengguna.

Ukuran file tergantung dari *game* yang informasinya bisa diakses di dalam *platform* tersebut. Steam tidak menjual *gamenya* dalam bentuk fisik seperti cd, melainkan hanya berbentuk digital. Selain *game*, Steam menjual *item* atau barang yang bisa dibeli melalui *platform* tersebut. Selain bisa digunakan untuk penunjang permainan *game*, *item* dalam steam dapat diperjual belikan kembali oleh pengguna kepada pengguna lainnya.

Platform Steam merupakan salah satu dari *platform* terbesar di Dunia, dan dianggap sebagai inisiator penggagas *platform game* yang pertama di Dunia. Steam didirikan oleh perusahaan bernama Valve pada September 2003. Pada awalnya, Steam digunakan sebagai aplikasi ketiga untuk memperbaharui permainan yang didistribusikan, dan diproduksi oleh valve. Dalam perkembangannya, Steam yang saat ini menjadi pihak ketiga dalam pendistribusian, dan penjualan *game* di luar *game* yang dibuat oleh valve. Steam juga menghadirkan penerapan fitur *Digital Rights Management (DRM)*, dimana selain menjadi *platform* penjualan *game*, Steam menawarkan pembuatan server turnamen, layanan streaming video, dan fitur sosial media kepada para penggunanya sehingga sesama pengguna steam dapat berinteraksi, dan pada akhirnya menciptakan ekosistem *game* besar hingga saat ini. *Platform* steam menyediakan keamanan untuk para pemilik akun steam yang bernama *steam guard*. *steam guard* ini merupakan sistem keamanan dari Steam yang diperuntukan menjaga akun pengguna dari tindak kejahatan digital, seperti *hacking*, *phising*, dan lain sebagainya. Salah satu fitur yang dimiliki *steam guard* ialah metode verifikasi dua arah yang mewajibkan pengguna agar mengintegrasikan nomor ponselnya ke dalam akun pribadinya (Hernawan et al., 2019). Hal ini membuat tingkat keamanan dari Steam menjadi tinggi, dan sulit untuk diretas oleh pihak yang tidak dikenal.

Selain menjaga keamanan akun, *Steam guard* berperan juga dalam penanganan tindak kecurangan dari para pemain dalam sebuah *game* yang dimana steam guard dapat dikatakan sebagai salah satu fitur yang menjaga ekosistem permainan sehat sekaligus memberikan jaminan keamanan bagi para pengguna di dalam *platform* steam, baik perihal transaksi pembelian maupun disaat pengguna memainkan *gamenya*. Salah satu fitur yang ditawarkan Steam yaitu disediakannya fitur transaksi pembelian dalam *platform* yang metodenya dilakukan via *steam wallet*. Steam sebagai perusahaan distributor *game*, memiliki metode pemasaran terkenal yang dikenal sebagai *summer sale*.

Menurut Tjiptono (2015, p.387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. *Summer sale* merupakan *event* terbatas sekali satu tahun yang

bentuk promosinya memberikan potongan harga dengan kisaran 60-100%. *Summer sale* membuka banyak bonus kepada pengguna Steam karena dapat mendapatkan banyak *bundle game* yang lebih banyak, dan murah daripada yang ditawarkan pada harga normalnya.

Harga (kotler dan armstrong 2016) dalam arti yang sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Faktor-faktor yang membentuk harga di dalam *platform* steam ini salah satunya ialah bagaimana tren membentuk sebuah *game* atau genre *game* menjadi populer, seperti genre moba (*multiplayer online battle arena*), dan *battle royal* yang saat ini sedang digandrungi, membuat harga pada *game* tersebut cenderung stabil dikarenakan banyaknya pengguna yang membeli *game*, dan melakukan transaksi pembelian di dalam gamenya. *Game* yang terdapat di *platform* steam mengikuti harga yang ada di pasaran seperti contoh jika *game* di daerah luar negeri harganya kisaran seperti 15\$ atau pasaran yang di rupiahkan kisaran seharga Rp. 217,500.

Summer sale dapat diartikan sebagai penjualan di musim panas. Mengikuti kultur dari Eropa, dimana musim panas yang berlangsung tiga bulan menjadi musim libur paling panjang dalam kalender orang-orang eropa, dan barat. Hal ini dimanfaatkan pula oleh Steam sebagai *platform* distributor *game* dalam pemanfaatan momen liburan musim panas tersebut. Diskon besar-besaran, dan penawaran menarik menjadi ciri khas dari *summer sale*. Bahkan, *summer sale* dianggap sebagai waktu yang tepat untuk menghamburkan uang bagi para gamer untuk mengisi steam wallet mereka di dalam *platform* tersebut. Hal yang sangat signifikan mempengaruhi pembelian steam wallet saat *summer sale* dikarenakan harga penjualan dalam permainan yang mengalami pemotongan harga secara signifikan. Tentu, bagi para gamer yang menunggu *game* favoritnya mengalami potongan harga, akan secara langsung memutuskan untuk membeli *game* tersebut mengingat *opportunity cost* yang cukup besar jika tidak membeli *game* tersebut pada saat *summer sale* berlangsung. Dari segi promosi, dan harga, *summer sale* tentu sangat menggiurkan bagi para gamer yang direfleksikan kepada signifikansi daya beli masyarakat mengisi steam wallet di saat *summer sale*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Menurut Hasibuan (2016) manajemen adalah langkah proses dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan menurut Afandi (2018) manajemen adalah Tindakan bekerja sama dalam suatu organisasi agar tujuan Bersama dapat dicapai yang dengan ini melibatkan fungsi dari pembuatan rencana (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), kepegawaian (*staffing*), pengarahan, kepemimpinan (*leading*), dan pengawasan (*controlling*). Dari kedua definisi tersebut, manajemen dapat diartikan sebagai cara yang dilakukan oleh individu untuk mengatur sebuah perencanaan yang akan diaplikasikan kedepannya.

Nickles, Mchougghands (2017) menerangkan bahwa manajemen memiliki beberapa fungsi, diantaranya ialah perencanaan (*planning*) yang diartikan sebagai kegiatan yang menyangkut pembuatan rencana, strategi atau taktik untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi. Pengorganisasian (*organizing*) dimana diartikan sebagai proses mencari pendekatan dalam mengimplementasikan atau menjalankan strategi yang telah dibuat, pendelegasian (*directing*) yaitu pendelegasian kepada lapisan organisasi agar pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik oleh masing-masing individu, dan pengawasan (*controlling*) dimana diartikan sebagai upaya peningkatan kualitas SDM dan kinerja melalui evaluasi dan pengawasan.

Pemasaran Digital

Menurut Kotler et al., (2016) pemasaran adalah sebuah upaya untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan hidup manusia dengan cara membuat strategi komunikasi dalam memberikan

informasi mengenai produk atau jasa yang diperjualbelikan. Menurut Fachriza & Moeliono (2017) menyatakan bahwa pemasaran merupakan salah satu bentuk tindak sosial di lingkungan masyarakat dikarenakan terdapat interaksi antar individu dalam memenuhi kebutuhannya secara bebas.

Di era ini, terdapat sub atau bagian baru dalam ranah pemasaran akibat berkembangnya dan meningkatnya teknologi digital, yaitu pemasaran digital yang menurut Menurut Sawicky (2016) yang dikutip dari (ES. et al., 2017) adalah bentuk pemanfaatan teknologi terkini untuk mengefektifkan transaksi dan pemenuhan kebutuhan manusia. Menurut Chaffey (2016) pemasaran digital adalah penggabungan antara teknologi modern dengan pemasaran tradisional yang pada dasarnya bertujuan untuk mencapai fungsi pemasaran.

Menurut Kotler & Garey Amstrong (2017) pemasaran memiliki 4 jenis bauran, diantaranya ialah produk (*product*) dimana barang menjadi faktor menentu dari bagaimana pemasaran dirancang, kedua yaitu harga (*price*) dimana harga menentukan kualitas dari barang dan segmentasi pasar yang ditetapkan, ketiga yaitu tempat (*place*) yang berarti mengacu kepada 'dimana' produk tersebut didistribusikan atau dijual, dan terakhir yaitu promosi (*promotion*) dengan maksud promosi menjadi cara dari bagaimana penjualan dilakukan oleh perusahaan.

Perubahan Harga

Shinta dalam jurnal (Marina Intan Pertiwi et al., 2016) menyatakan bahwa harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Menurut Fandy Tjiptono & Anastasia Diana (2016) harga adalah satu-satunya bentuk pemasukan yang menguntungkan bagi perusahaan.

Menurut Sunyoto (2018) harga memiliki ragam indikator, yaitu pemberian daftar harga pada produk guna memudahkan calon konsumen menentukan pilihan. kedua yaitu kesesuaian kualitas dengan harga yang diperjualbelikan agar produk tersebut dapat bersaing dengan produk lainnya. Ketiga yaitu kesesuaian harga dengan informasi produk yang ditawarkan. Keempat yaitu diskon khusus kepada calon konsumen untuk menarik dan meningkatkan penjualan. Kelima yaitu keterjangkauan harga, dimana harga ditetapkan melalui kompetisi pasar yang sedang berlangsung. Terakhir yaitu metode pembayaran, dimana kemudahan pembayaran mempengaruhi juga dalam pembelian sebuah produk.

Promosi

Menurut Kotler (2016) promosi adalah wujud ragam komunikasi yang dilakukan oleh individu tau perusahaan guna memberikan pelayanan informasi mengenai barang atau jasa yang ditawarkan oleh individu tau perusahaan dengan harapan meningkatkan penjualan. Sedangkan menurut Buchory dan Saladin dalam Aris Jatmika Diyatma (2017) menyatakan bahwa promosi adalah bentuk dalam pemasaran guna meningkatkan penjualan melalui komunikasi persuasif atau tindakan lain yang bersifat mengajak calon konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Menurut Kotler (2017) menerangkan bahwa bauran promosi terdiri atas iklan (*advertising*) dimana iklan berperan sebagai media promosi penjualan sebuah produk. Kedua yaitu promosi penjualan (*sales promotion*) dimana penerapannya dapat dilakukan berupa insentif jangka pendek, seperti undian, hadiah, atau stempel setiap pembelian sebuah produk oleh konsumen. Ketiga yaitu pengadaan acara (*event*) dimana acara dapat mengeratkan hubungan pelanggan dengan perusahaan, sekaligus meningkatkan penjualan melalui promosi yang dilakukan di dalam kegiatan tersebut. Keempat yaitu publisitas (*Publicity*) dimana perusahaan dapat secara aktif berkomunikasi dengan pelanggan mereka dan juga mempublikasikan kegiatan atau aktivitas perusahaan melalui

kanal media yang dimiliki oleh perusahaan. Yang terakhir, yaitu pemasaran langsung (*direct marketing*) dengan menawarkan produk kepada pelanggan melalui *e-mail*, sosial media, atau internet.

Keputusan Pembelian

Menurut James & Foster (2016) keputusan pembelian adalah cara konsumen dalam memutuskan pembelian sebuah barang dan jasa yang pada dasarnya melewati beberapa tahapan proses keputusan pembelian seperti, pengenalan produk, pembelian produk, dan evaluasi konsumsi produk. Menurut Kotler & Garey Armstrong (2016) keputusan pembelian adalah bentuk dari perilaku konsumen yang dapat dipolakan dan dianalisis sebagai sebuah studi dalam menentukan sebuah produk melalui pengalaman, ide, dan nilai yang ditawarkan produk kepada konsumen sebelum dan setelah mengonsumsi produk tersebut.

Tjiptono (2017) menyatakan bahwa terdapat 4 dimensi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diantaranya ialah nilai emosional yang diartikan sebagai Utilitas yang dapat menimbulkan pengalaman mengesankan dan perasaan yang baik secara emosional setelah menggunakan sebuah produk. Kedua yaitu nilai sosial yang diartikan sebagai utilitas yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan sebuah nilai-nilai secara sosial melalui bentuk dan wujud produk yang digunakan oleh konsumen. Ketiga yaitu nilai kualitas yang diartikan sebagai utilitas yang diterima oleh konsumen pasca membeli sebuah produk yang dirasa kualitas dengan harga yang ditawarkan berada pada titik yang seimbang. Keempat yaitu nilai fungsional atau produk yang memberikan nilai fungsional terhadap pemakainya (*utility*). Nilai fungsional yang dimaksud yaitu produk yang digunakan dapat secara maksimal memberikan pengaruh secara fungsi terhadap pemakainya.

III. METODE

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode riset lapangan (*field research*) untuk mengungkapkan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat. Sumber utama dalam penelitian ini yaitu didapatkan melalui Teknik survey atau dikenal dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan bauran variabel yang dipilih dalam meneliti penelitian ini. Hasil survey nantinya akan diolah dan dirumuskan guna mendukung penelitian.

Jenis Data

Data sumber yang dijadikan acuan dalam penelitian ini ialah data kualitatif yang terdiri atas gambar, grafik, dan teks, serta menggunakan data kuantitatif berupa angka yang dalam penelitian ini didapatkan dalam bentuk scoring hasil kuisisioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, akan menggunakan sumber primer yang terdiri dari hasil survey yang dilakukan oleh peneliti dan sumber sekunder yang berupa jurnal, skripsi terdahulu, dan buku yang digunakan sebagai acuan teori penelitian yang sedang dilakukan.

Sampel Penelitian

Untuk memperkuat analisis, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang dipilih secara acak. Pengambilan survey dilakukan menggunakan metode angket/kuisisioner dimana sampel diperkenankan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan singkat terkait variabel penelitian yang dipakai melalui *g-form* pada laman internet. Hasil angket diolah menggunakan beberapa metode, salah satunya yaitu uji frekuensi dimana salah satu bentuk uji analitik dengan memperhitungkan frekuensi sampel yang dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan profesi. Lalu juga uji reliabilitas yang menurut (Sugiyono, 2017) uji reliabilitas didefinisikan sebagai uji dimana

ingin mengetahui sejauh mana sebuah sampel atau data tetap menghasilkan hasil akhir yang sama Ketika variabel atau pernyataan-pernyataannya dibuat berbeda. Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan sebuah pernyataan yang di dalamnya mengandung hubungan-hubungan antar variabel berbeda.

IV. HASIL

Tabel 1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.397	.391	4.144

Sumber: SPSS versi 23.00

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa R yang merupakan koefisien korelasi 0,630 nilai ini menyimpulkan bahwa kedua variabel berhubungan kuat.

Tabel 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.522	3.672

Sumber: SPSS versi 23.00

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa R yang merupakan koefisien korelasi 0,726 nilai ini menyimpulkan bahwa kedua variabel berhubungan sempurna.

Tabel 3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.532	.528	3.649

Sumber: SPSS versi 23.00

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai R(x3) ialah nilai koefisien korelasi 0,730 nilai ini menyimpulkan bahwa kedua variabel berhubungan sempurna.

Tabel 4

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.194	5.855		1.229	.225
Pemasaran Digital	.043	.037	.127	1.168	.249
Harga	.592	.165	.527	3.597	.001
Promosi	.203	.166	.179	1.218	.229

Sumber: SPSS versi 23.00

Pada tabel diatas, nilai konstant 7,194 didapatkan berdasarkan nilai B pada tabel *Unstandardized Coefficients*. Diikuti dengan nilai koefisien pemasaran digital (X1) yaitu 0,043, nilai koefisien harga (X2) yaitu 0,592 dan nilai koefisien promosi (X3) yaitu 0,203 sehingga persamaan regresinya yaitu: $Y = 7,194 + 0,043 X1 + 0,592 X2 + 0,203 X3$. Konstanta sebesar 7,194 mengartikan bahwa peningkatkan pada variabel akan meningkatkan penjualan secara garis lurus sebesar 7,194.

Pembahasan

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

Dari pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki signifikansi positif terhadap keputusan pembelian *E-wallet* Pada Steam. Hasil ini diperoleh dari t hitung sebesar 8,034 yang lebih besar dari 0,1996, dan persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 10,720 + 0,730 X1$$

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa harga memiliki signifikansi bernilai positif, terhadap keputusan pembelian *E-wallet* Pada Steam. Hasil ini diperoleh dari hasil t hitung sebesar 10,441 yang lebih besar dari 0,1996, dan persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 1,154 + 0,949 X2$$

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

Dari pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki signifikansi bernilai positif terhadap keputusan pembelian *E-wallet* Pada Steam. Hasil ini diperoleh dari hasil t hitung sebesar 10.565 yang lebih besar dari 0.1966, dan persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 8,480 + 0,791 X3$$

4. Pengaruh Pemasaran Digital, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

Dari pengujian di atas dapat disimpulkan H_a diterima, dan H_o ditolak. Hal tersebut menyatakan bahwa pemasaran digital, harga, dan promosi mempunyai pengaruh positif, dan signifikan keputusan pembelian *E-wallet* Pada Steam. Kesimpulan ini diperoleh dari hasil pengujian di atas yang dilihat dari hasil f hitung sebesar 12,514 yang lebih besar dari f tabel yaitu 2,70, dan persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 7,194 + 0,043 X1 + 0,592 X2 + 0,203 X3$$

V. KESIMPULAN

Simpulan yang dapat dibuat pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Terdapat signifikansi positif pada variabel pemasaran digital terhadap keputusan pembelian *E-wallet* di Steam dengan koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,391.
2. Terdapat signifikansi positif pada variabel variabel harga terhadap keputusan pembelian *E-wallet* di Steam dengan koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,527.
3. Terdapat signifikansi positif pada variabel promosi terhadap keputusan pembelian *E-wallet* di Steam dengan koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,532.
4. Terdapat signifikansi positif pada variabel variabel pemasaran digital, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian *E-wallet* di Steam dengan koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,439.

Keterbatasan Penelitian

1. Usia sampel terbatas pada rentang usia 19 tahun hingga 26 tahun, dan penelitian ini dibatasi hanya untuk pengunjung atau konsumen yang belum pernah mendengar atau mencoba pembelian *E-wallet* di Steam.
2. Metode penelitian yang menggunakan survey memiliki kekurangan dari aspek subjektifitas sampel. Jika memungkinkan, divariasikan dengan metode wawancara dari beberapa *random sample* yang dipilih.
3. Penelitian ini dibatasi oleh tiga aspek variabel umum, seperti harga, pemasaran, dan promosi. Jika memungkinkan, bisa ditambahkan dengan variabel lebih khusus yang menasar kepada segmentasi perusahaan.

Saran

Jika memungkinkan, untuk menyempurnakan penelitian ini diperlukan peningkatan dan evaluasi yang nantinya dapat dilakukan oleh peneliti berikutnya dalam menindaklanjuti penelitian ini antara lain:

- a. Dikarenakan keterbatasan pada rentan usia dimana sampel penelitian dominan dari rekan sejawat peneliti, maka diharapkan peneliti berikutnya dapat mencoba untuk mendapatkan sampel pada rentan usia yang lebih bervariasi dengan mempertimbangkan aspek pemahaman yang lebih mudah bagi sampel
- b. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel-variabel lebih khusus yang menasar kepada segmentasi perusahaan atau pasar

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanafa Publishing.
- Armstrong, K. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. Pearson Education, Inc.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Chaffey, Dave, & Fiona Ellis Chadwick. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (Sixth)*. Pearson.
- Debora Kaharu. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal ISSN*, 5, 1–24.
- Fandy Tjiptono. (2017). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- Fandy Tjiptono, & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Andi Offset.
- Gronroos, C. (2016). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Jhon Wiley and Sond, Ltd.
- Hasibuan, M. S. . (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Revisi)*. Penerbit PT Bumi Aksara.
- Kotler, & Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran (9th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education, Inc.
- Hernawan, E., AgusKusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM*.
- Kusnawan, Agus, Andy, Eso Hernawan, Diana Silaswara, T. S. (2020). The Effect of Digital Payment to Millennial Consumer Purchase Decision. *TEST Engineering & Management Magazine*, 82(25 January 2020), 5116–5129.
<http://testmagazine.biz/index.php/testmagazine/article/view/1651/1491>
- Marina Intan Pertiwi, Edy Yulianto, & Sunarti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Coffee & Baker's King Donuts di MX Mall Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37, 1–8.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Marina Intan Pertiwi, Edy Yulianto, & Sunarti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap

- Keputusan Pembelian: Studi pada Coffee & Baker's King Donuts di MX Mall Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37, 1–8.
- Muharam, Wifky, & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Proseding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK*, 755–762.
- Rahmawati. (2017). *CodeIgniter Web Framework*.
- Sarinah, M. (2017). *Pengantar Manajemen*. CV Budi Utama.
- Schiffman, L. ., & Kanuk. (2018). *Consumer Behaviour*. New Jersey Prentice Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sunyoto, D. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS.
- Suryani, & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif*

Pengaruh Pelayanan Jasa Bridal, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Usaha Jasa Dibidang Bridal Kota Tangerang)

Violamitha Andresta^{1)*}, Pujiarti²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾violaandresta@gmail.com

²⁾pujiarti.pujiarti@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima, September 2022;
Perbaikan, September 2022;
Diterima, September 2022;
Tersedia online, Oktober 2022

Kata Kunci :

Pelayanan
Promosi
Harga
Kepuasan Pelanggan

Abstrak

Bridal merupakan salah satu komponen penting dalam sebuah pernikahan. Karena pernikahan yang dilakukan dengan sederhana ataupun mewah tetap memerlukan bridal sebagai jasa rental gaun, jas dan *make up* pengantin dan keluarga mempelai pengantin.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Usaha Jasa Dibidang Bridal Kota Tangerang).

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. dengan populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu klien bridal yang berjumlah 100 responden.

Hasil penelitian didapat hasil pengolahan data persamaan linear berganda

$Y = 6,716 + 0,211 X_1 + 0,224 X_2 + 0,431 X_3 + \varepsilon$, dan hasil secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel pelayanan (t hitung 3,312), promosi (t hitung 2,807), harga (t hitung 5,882) terhadap keputusan pembelian > t tabel adalah 1,98. Secara simultan terdapat pengaruh variabel pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung 171,864 > nilai F tabel 2,70.

Kesimpulan penelitian ini, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan variabel pelayanan, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Usaha Jasa Dibidang Bridal Kota Tangerang).

I. PENDAHULUAN

Teknologi mengubah dunia bisnis begitu cepat sehingga gaya hidup masyarakat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Konsumen cerdas dalam memilih produk dan layanan, mengetahui bahwa mereka akan menggunakannya agar sesuai dengan gaya hidup mereka. Perusahaan harus lebih menyadari persaingan di dunia bisnis, dan menemukan cara-cara baru untuk menjaga bisnis tetap maju.

Tujuan bisnis adalah untuk membuat pelanggan mereka puas, yang mengarahkan para profesional manajemen layanan untuk peduli dengan kualitas layanan. Kepuasan pelanggan dihasilkan ketika perusahaan jasa memiliki kualitas layanan yang baik, dan penawaran yang sesuai dengan fasilitasnya. Cara perusahaan berusaha memenuhi kepuasan pelanggan adalah dengan mengetahui perbedaan kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan mereka, dan bahkan melampaui harapan mereka. Hal ini sangat penting untuk kesuksesan bisnis, karena berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan. Kualitas layanan adalah suatu kondisi yang dapat berubah dari waktu ke waktu, terkait dengan produk dan layanan, orang-orang yang menyediakannya, proses yang digunakan, dan bahkan lingkungan di mana mereka disediakan. Produk dan jasa perusahaan tidak selalu dapat dijual sendiri.

Pelayanan jasa, promosi, dan harga adalah salah satu bentuk promosi yang memegang peran penting dalam perkembangan usaha di tiap perseroan. Dengan pelayanan jasa yang baik, promosi yang menarik, dan harga yang terjangkau dengan kualitas baik tersebut, maka masyarakat dapat mengetahui keberadaan jasa atau produknya di pasaran.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan. Harga biasanya ditentukan oleh pemilik atau penjual jasa. Namun, konsumen dapat menawar harga, dan jika kesepakatan tercapai antara pembeli dan penjual, kesepakatan baru dibuat. Membeli sesuatu di pasar menggunakan sistem tawar-menawar. Jalur pemasaran lain yang tidak bisa ditawar adalah produk asli, seperti iPad. Harga adalah bagian terpenting dari pemasaran, karena merupakan jumlah uang yang ditukarkan untuk suatu produk atau jasa. Harga adalah salah satu faktor yang menentukan seberapa sukses sebuah perusahaan, dalam hal seberapa banyak mereka dapat memperoleh dari harga yang mereka tetapkan untuk produk dan layanan mereka.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kebahagiaan yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan. Kepuasan pelanggan bersifat subjektif, karena setiap pelanggan menilai pengalaman mereka sesuai dengan harapan mereka versus bagaimana produk atau layanan memenuhi harapan mereka.

Rumusan Masalah

1. Apakah pelayanan jasa berdampak secara parsial terhadap terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah promosi berdampak secara parsial terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah harga berdampak secara parsial terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah pelayanan jasa, promosi, dan harga berdampak secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dampak pelayanan jasa secara parsial pada kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dampak promosi secara parsial pada kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dampak harga secara parsial pada kepuasan pelanggan.

4. Untuk mengetahui dampak pelayanan jasa, promosi, dan harga secara simultan pada kepuasan pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (Priansa 2017, 4) mengemukakan bahwa :
Manajemen Penjualan merupakan suatu usaha manusia untuk menggapai hasil alterasi yang di idamkan serta membuat ikatan yang akrab dengan pelanggan dengan metode yang profitabel untuk industri.

Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (Laksana 2018, 85) mengemukakan bahwa :
Pelayanan merupakan setiap aksi ataupun aktivitas yang bisa ditawarkan oleh satu pihak pada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berbentuk serta tidak menyebabkan kepemilikan apapun.

Pengertian Promosi

Menurut Laksana (2019,129) mengemukakan bahwa :
Advertensi merupakan suatu komunikasi dari pedagang serta konsumen yang berawal dari informasi yang pas yang bermaksud untuk mengubah tindakan serta aksi laris konsumen, yang sebelumnya tidak memahami jadi memahami alhasil jadi konsumen serta senantiasa mengenang produk itu.

Pengertian Harga

Menurut Fandy Tjiptono (2015, 151) mengemukakan bahwa :
Harga merupakan salah satunya bagian dari bauran penjualan yang menciptakan pemasukan, sebaliknya bagian yang lain memunculkan ataupun ialah bayaran.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Windasuri & Hyacintha (2016, 64) mengemukakan bahwa :
Kepuasan Klien merupakan suatu asumsi penuh emosi pada penilaian terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk ataupun jasa.

III. METODE

Jenis Penelitian

Kajian ini menggunakan tipe kajian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Objek Penelitian

Objek yang dipakai dalam penelitian ini Patricia Bridal, Jessie Bridal, Kenneth Bridal, Megumi Bridal, Royal Swan Wedding. Penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui pengaruh Pelayanan, Promosi dan Harga terhadap kepuasan pelanggan di bridal-bridal tersebut.

Jenis Data

Menurut Sugiyono (2018, 456) mengemukakan bahwa :

Data Pokok ialah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul data. Data digabungkan sendiri oleh periset langsung dari sumber awal ataupun tempat subjek riset.

Sumber Data

Sumber data ini didapat dari hasil jawaban kuesioner client bridal-bridal yang telah disebar.

Populasi

Populasi dari penelitian ini yaitu klien Patricia Bridal, Jessie Bridal, Kenneth Bridal, Megumi Bridal dan Royal Swan Wedding.

Sampel

Sampel dalam kajian ini diambil dengan metode *random sampling* sebanyak 100 orang, 20 responden klien Patricia Bridal, 20 responden klien Jessie Bridal, 20 responden klien Megumi Bride, 20 responden klien Kenneth Bridal, dan 20 responden terakhir klien Royal Swan Bridal.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 26 Dengan berbagai pengujian sehingga akan mendapatkan hasil dan kesimpulan untuk dapat memenuhi tujuan masalah.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018, 161) mengemukakan bahwa :

Percobaan Normalitas bermaksud untuk mencoba apakah di dalam model regresi, elastis pengacau ataupun residual mempunyai penyaluran wajar. Semacam dikenal kalau percobaan t serta percobaan F memperhitungkan kalau nilai residual menjajaki penyaluran wajar ataupun tidak dengan analisa diagram serta percobaan statistik.

Uji Heterokedastisitas

Menurut Sujarweni (2015, 226) mengemukakan bahwa :

Uji Heterokedastisitas adalah suatu keadaan di mana varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas.

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018, 107) mengemukakan bahwa :

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen (bebas).

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2018, 307) mengemukakan bahwa :

Jika ada dua atau lebih variabel independen, peneliti dapat menggunakan analisis regresi berganda untuk memprediksi bagaimana kondisi variabel dependen (kriteria) dapat berubah. Jumlah variabel bebas harus paling sedikit dua.

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Menurut Ghozali (2018, 97) mengemukakan bahwa :

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Hubungan variabel *independen* dengan variabel *dependen*, akan diuji dengan uji t (menguji signifikansi korelasi *product moment*) yaitu dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2018, 192) mengemukakan bahwa :

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *independen* secara simultan. Model tersebut dapat disebut layak apabila memiliki nilai Sig F lebih kecil atau sama dengan alpha 0,05.

IV. KESIMPULAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas Data		
<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,50397207
	<i>Most Extreme Differences</i>	
	<i>Absolute</i>	,079
	<i>Positive</i>	,075
	<i>Negative</i>	-,079
<i>Test Statistic</i>		,079
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,129 ^c
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		

Sumber : SPSS 26

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas ditarik kesimpulan jika hasil Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan berdistribusi normal.

2) Hasil Uji Heterokedastisitas

<i>Coefficients^a</i>				
	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
Model				

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,688	1,029		6,500	,293
	Pelayanan	-,026	,038	-,02	-,680	,498
	Promosi	-,079	,052	-,215	-1,507	,135
	Harga	-,061	,044	-,232	-1,376	,172

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : SPSS 26

Berdasarkan hasil uji Heterokedastisitas di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Sig. variabel pelayanan sebesar 0,498, variabel promosi sebesar 0,135 dan variabel harga sebesar 0,172 lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

3) Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,716	1,373		4,892	,000		
	Pelayanan	,211	,064	,245	3,312	,001	,299	3,343
	Promosi	,224	,080	,239	2,807	,006	,226	4,433
	Harga	,431	,073	,489	5,882	,000	,236	4,232

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 26

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* variabel pelayanan sebesar 0,299, variabel promosi sebesar 0,226, variabel harga sebesar 0,236 lebih dari 0,10 sehingga dikatakan tidak teridentifikasi gejala multikolinieritas dalam model regresi. Jika dilihat dari nilai VIF variabel pelayanan sebesar 3,343, variabel promosi sebesar 4,433, dan variabel harga sebesar 4,232 kurang dari 10,00 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Hasil Pengujian Hipotesis

1) Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,716	1,373		4,892	,000
	Pelayanan	,211	,064	,245	3,312	,001
	Promosi	,224	,080	,239	2,807	,006
	Harga	,431	,073	,489	5,882	,000

a. *Predictors* : (Constant), Pelayanan, Promosi dan Harga
 b. *Dependent Variable*: Kepuasan Pelanggan

Sumber : SPSS 26

$$Y = 6,716 + 0,211 X_1 + 0,224 X_2 + 0,431 X_3 + \epsilon$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta sebesar 6,716 merepresentasikan kepuasan pelanggan (Y) jika asumsi variabel bebasnya adalah pelayanan (X1), promosi (X2) dan harga (X3).
- Koefisien regresi (X1) pelayanan adalah 0,211, menunjukkan bahwa untuk setiap 1 perubahan pelayanan, tingkat variabel Y akan meningkat sebesar 0,211 ketika variabel *independen* lainnya tidak berubah. Begitu pula sebaliknya, jika nilai pelayanan berkurang 1, dan variabel bebas lainnya tidak berubah, tingkat variabel Y akan turun sebesar 0,211.
- Koefisien regresi promosi (X2) sebesar 0,224 yang menunjukkan bahwa untuk setiap 1 perubahan promosi, tingkat variabel Y akan meningkat sebesar 0,224 sedangkan variabel *independen* lainnya tidak berubah. Begitu pula sebaliknya, jika nilai promosi turun 1, dan variabel bebas lainnya tidak berubah, maka tingkat variabel Y akan turun sebesar 0,224.
- Koefisien regresi (X3) harga adalah 0,431, menunjukkan bahwa untuk setiap 1 perubahan harga, tingkat variabel Y akan meningkat sebesar 0,431 sedangkan variabel *independen* lainnya tidak berubah. Begitu pula sebaliknya, jika nilai harga berkurang 1 dan variabel bebas lainnya tidak berubah, maka tingkat variabel Y akan turun sebesar 0,431.

2) Koefisien Determinasi (R)

<i>Model Summary</i>

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,918 ^a	,843	,838	1,277
a. <i>Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan, Promosi</i>				
b. <i>Variable Dependent : Kepuasan Pelanggan</i>				

Sumber : SPSS 26

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi di atas diperoleh nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,838, Artinya, 83,8% variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel pelayanan, promosi dan harga, dan sisanya 16,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan.

3) Uji Parsial (Uji t)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	6,716	1,373		4,892	,000
	Pelayanan	,211	,064	,245	3,312	,001
	Promosi	,224	,080	,239	2,807	,006
	Harga	,431	,073	,489	5,882	,000
a. <i>Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan</i>						

Sumber : SPSS 26

- a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)
 Diketahui dari tabel di atas nilai Sig dampak X1 pada Y adalah sebesar $0,001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3,312 > 1,98$, sehingga dapat di simpulkan H1 diterima yang berarti terdapat dampak X1 terhadap Y.
- b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)
 Diketahui dari tabel di atas nilai Sig dampak X2 tpada Y adalah sebesar $0,006 < 0.05$ dan nilai t hitung $2,807 > 1,98$, sehingga dapat di simpulkan H2 diterima yang berarti terdapat dampak X2 pada Y.
- c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)
 Diketahui dari tabel di atas nilai Sig dampak X3 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0.05$ dan nilai t hitung $5,882 > 1,98$, sehingga dapat di simpulkan H3 diterima yang berarti terdapat dampak X3 pada Y.

4) Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	840,368	3	280,123	171,864	,000 ^b
	Residual	156,472	96	1,630		
	Total	996,840	99			
a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan, Promosi						

Sumber : SPSS 26

Dari uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 171,864 dan F tabel 2,70 artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka model regresi dapat digunakan untuk menduga kepuasan pelanggan (Y) atau dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan (X1), promosi (X2), dan harga (X3) secara bersama-sama berdampak secara signifikan pada kepuasan pelanggan (Y).

V. KESIMPULAN

a. Berdasarkan Tabel *Correlations*

Hubungan antara pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan *pearson correlation* sebesar 0,831, dilihat dari pedoman derajat hubungan berada pada nilai *pearson correlation* $>0,80 - 1,00$ maka termasuk korelasi sangat kuat dan mempunyai hubungan signifikan karena nilai Sig (2-tailed) $0,000 < 0,05$. Promosi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan *pearson correlation* sebesar 0,855, dilihat dari pedoman derajat hubungan berada pada nilai *pearson correlation* $>0,80 - 0,10$, maka termasuk korelasi sangat kuat dan mempunyai hubungan signifikan karena nilai Sig (2-tailed) $0,000 < 0,05$. Harga (X3) pada kepuasan pelanggan (Y) dengan *pearson correlation* sebesar 0,890, dilihat dari pedoman derajat hubungan berada pada nilai *pearson correlation* $>0,80 - 0,10$ maka termasuk korelasi sangat kuat dan mempunyai hubungan signifikan karena nilai Sig (2-tailed) $0,000 < 0,05$.

b. Berdasarkan Tabel *Coefficients*

Pada data tersebut dapat disimpulkan nilai Sig. Untuk dampak X1 pada Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,312 > 1,98$, sehingga dapat disimpulkan H1 diterima yang berarti terdapat dampak X1 pada Y nilai Sig. Untuk dampak X2 pada Y adalah sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,807 > 1,98$, sehingga dapat disimpulkan H2 diterima yang berarti terdapat dampak X2 terhadap Y nilai Sig. Untuk dampak X3 pada Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,882 > 1,98$, sehingga dapat disimpulkan H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y.

c. Berdasarkan Tabel *Model Summary*

Pada data tersebut dapat disimpulkan dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R² (R Square)* sebesar 0,838 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 83,8%, dan sisanya 16,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Pada tabel koefisien determinasi terdapat pada tabel pelayanan memiliki kontribusi pada nilai *Adjusted R² (R Square)* sebesar 0,687 yang artinya

pengaruh variabel pelayanan (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 68,7%, pada tabel koefisien determinasi terdapat pada tabel promosi memiliki kontribusi pada nilai *Adjusted R² (R Square)* sebesar 0,729 yang artinya pengaruh variabel promosi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 72,9%, pada tabel koefisien determinasi terdapat pada tabel harga memiliki kontribusi pada nilai *Adjusted R² (R Square)* sebesar 0,789 yang artinya pengaruh variabel harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 78,9%. Dapat disimpulkan bahwa kontribusi terbesar pada kepuasan pelanggan ada pada variabel harga sebesar 0,789, dan kontribusi terkecil ada pada variabel pelayanan sebesar 0,687.

d. Berdasarkan Tabel ANOVA

Dari uji F didapatkan nilai F hitung sebesar 171,864 dan F tabel 2.70 artinya F hitung > F tabel, maka model regresi akan dipakai untuk menduga kepuasan pelanggan (Y) atau dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan (X1), promosi (X2), dan harga (X3) secara bersama-sama berdampak secara signifikan pada kepuasan pelanggan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, G. (2021). Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Physical Review*, 80(113), 580–594. [http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/46280%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/46280/4/BAB 2 AKHIR.pdf](http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/46280%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/46280/4/BAB%202%20AKHIR.pdf)
- Darma, N. N. G. G., & Hartati, P. S. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo pada Gerai Handphone Shop di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 349–361. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1185>
- ecia meilonna. (2018). UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Poliklinik UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, Vol.3, No.1, 2020: 1-13, 3(1), 1–13.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), 86. <https://doi.org/10.35908/jeg.v4i2.757>
- Listiawati, L., Afriani, R. I., & Solehan, T. (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Indomaret Suralaya, Merak-Banten. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 10(2). <https://doi.org/10.35448/jrat.v10i2.4256>
- Manajemen, F., & Ciputra, U. (2020). *Pembelian Di Toko Podo Jodo*. 5(April), 1–6.
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113. [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD)

- Putri, Y. E., Moiens, A., & Yulasmi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Prabayar XL Di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*, 8(1), 68–76. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v8i1.35>
- Ratnaningrum, H. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian ponsel Samsung di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 11(18), 163–173.
- Sumarsid. Atik Budi Paryanti, Harga, D., Kepuasan, T., Pada, P., Studi, G. (, Kecamatan, W., Sumarsid, S.), Atik, D., & Paryanti, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood(Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Taupik Ismail. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1124–1135.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Wulandari, P. P., & Widayanto. (2020). *Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota (Studi Pada Konsumen Pt Nasmoco Majapahit , Semarang)*. 1–9.

Pengaruh Diskon, Promosi, *Digital Marketing*, *Brand Image*, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang

Stephani Wijaya¹⁾¹, Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾stephaniewijaya5@gmail.com

²⁾kusnawanagus71@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima, September 2022;
Perbaikan, September 2022;
Diterima, September 2022;
Tersedia online, Oktober 2022

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Diskon
Promosi
Digital Marketing
Brand Image
Kepercayaan Konsumen

Abstrak

Observasi ini bermaksud untuk melihat pengaruh diskon, promosi, *digital marketing*, *brand image*, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Shopee Kota Tangerang. Tipe observasi yang dilakukan dalam observasi ini ialah survei. Populasi dalam observasi ini ialah penduduk Kota Tangerang. Metode pengutipan sampel memakai metode pengambilan *sample* dengan total sampel dengan kuantitas 100. Sistem perangkuman data memakai kuesioner sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode kajian data yang dipakai demi menanggapi dugaan observasi ini ialah regresi berganda.

Hal yang didapatkan dari analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 3,836 + 0,543X_1 + 0,550X_2 + 0,232X_3 + 0,279X_4 + 0,430X_5$ artinya ketika diperoleh pengembangan atau penyusutan senilai 1 poin, hingga keputusan melakukan transaksi beli konsumen akan terjadi pengembangan atau penyusutan senilai 0,543, 0,550, 0,232, 0,279, dan 0,430

Hasil koefisien determinasi antara pengaruh diskon, promosi, *digital marketing*, *brand image* dan kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian senilai 91,9% dan lebihnya sebesar 8,1% diakibatkan oleh faktor lainnya yang bukan termasuk kedalam observasi ini.

Berlandaskan yang dihasilkan dari pengujian dugaan didapati dampak antar variabel X1 oleh Y secara parsial membuat perbandingan $t_{hitung} 3,211 > t_{tabel} 0,2540$ dengan derajat signifikan $0,000 < 0,05$, variabel X2 oleh Y secara sendiri-sendiri membuat perbandingan $t_{hitung} 3,115 > t_{tabel} 2,36624$ dengan derajat signifikan $0,000 < 0,05$, variabel X3 oleh Y secara sendiri-sendiri membuat perbandingan $t_{hitung} 2,458 > t_{tabel} 2,36624$ dengan derajat signifikan $0,000 < 0,05$, variabel X4 oleh Y secara sendiri-sendiri membuat perbandingan $t_{hitung} 3,715 > t_{tabel} 2,36624$ dengan derajat signifikan $0,000 < 0,05$, variabel X5 oleh Y secara sendiri-sendiri membuat perbandingan $t_{hitung} 5,139 > t_{tabel} 2,36624$ dengan derajat signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan dampak antar variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 dengan Y secara simultan membuahkan hasil yang membuat perbandingan antara

$F_{hitung} 101,912 > F_{tabel} 0,247$ dan tingkatan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasilnya berarti adanya pengaruh antar diskon, promosi, *digital marketing*, *brand image*, dan kepercayaan konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee Kota Tangerang.

I. PENDAHULUAN

Kesuksesan teknologi dimasa sekarang ini memang sangat sukar untuk di hindari. Saat ini masyarakat mengakses internet untuk memenuhi kebutuhannya. Situasi ini disesuaikan dengan dorongan Masyarakat untuk memperoleh berita secara cekatan dan sederhana. Terkhusus negara Indonesia, internet merupakan teknologi yang sangat di minati di semua kalangan masyarakat saat ini. Dengan adanya internet Masyarakat dimudahkan untuk mencari dan mengakses segala keperluannya.

Berlandaskan informasi terbaru We Are Social, di tahun 2022 dicantumkan yaitu terdapat 191 juta pemakai internet di Indonesia. Dikomparasikan dengan tahun 2021, ada peningkatan 12,35% atau sekitar 21 pemakai internet di Indonesia. Berlandaskan total penghuni Indonesia yang memiliki kuantitas 273 juta jiwa, kendati demikian dari itu artinya 69% separuh dari penghuni Indonesia sudah merasakan kanal ke dunia maya. (DataIndonesia.id, INews.id, 2022)

Dengan tingginya antusias masyarakat dapat memberikan kesempatan untuk semua orang yang ingin menajukan kapasitas usaha menuju bidang online, terlebih masyarakat sangat suka dengan hal yang gampang tanpa harus sulit menata waktu berbelanja untuk keperluan sehari-hari. E-commerce merupakan bagian dari media yang cukup populer dan bertumbuh di negara Indonesia sekarang ini (Hernawan et al., 2019). E-commerce ialah aktivitas jual beli melalui online dimana transaksinya dapat berlangsung tanpa harus bertemu secara langsung.

Perkembangan E-commerce di negara Indonesia dimulai dengan terdapatnya kesempatan pemakaian teknologi dan informasi yang cukup laju termasuk di zonam perbisnisan. Kendatipun waktu mulanya masyarakat menggunakan internet menjadi media mempromosikan, tidak untuk melaksanakan terjadinya transaksi.

Era itu internet semata-mata digunakan masyarakat untuk mencari informasi terkait dengan produk maupun jasa. Selepas memperoleh informasi produk atau jasa yang diinginkan, pembeli akan berjumpa dengan penjual lalu melakukan negosiasi harga, dan berlangsunglah sebuah transaksi. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, muncullah buah pikiran untuk memaksimalkan pemakaian internet dalam hal perdagangan berbasis *online* yang prosesnya serba cepat, mudah dan praktis.

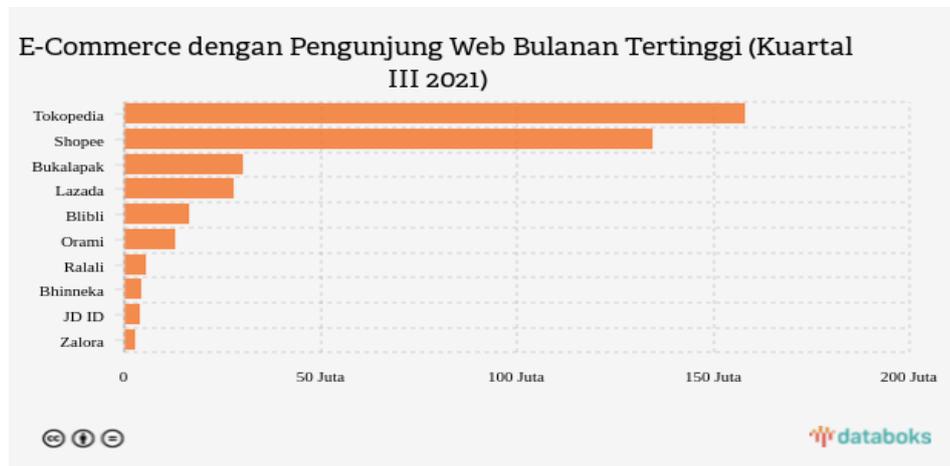
Hadirnya E-commerce di Indonesia berusul dari lahirnya IndoNet. Era itu IndoNet menjadi Internet Service Provider (ISP) di Indonesia. Kehadirannya selaku benih penggunaan teknologi di semua aspek. Tanpa terkecuali dalam usaha online.

Pada tahun 1996, timbullah Dyviacom Intrabumi atau D-Net yang ditanggapi selaku pengiring jual beli online. Dengan kemunculan media transaksi online ini jelas menjadi pemberitahuan yang baik bagi penjual maupun pembeli yang ingin bertransaksi.

Kemudian dengan perkembangan teknologi yang kian bertambah, ditahun 2005 lahirlah industri dagang melalui E-commerce mula-mula di Indonesia yakni tokobagus.com yang masa ini telah berubah nama yaitu olx.com, melalui kemunculannya hal tersebut mendapatkan tanggapan yang baik dari penduduk sebagai kelompok jual beli berbasis online. Empat tahun berlalu, lahirlah tokopedia.com lalu menyusullah bukalapak.com dan ditahun 2015 PT. Garena yang disebut industri dalam bidang internet di Asia Tenggara melahirkan Shopee.

Karena semakin padat munculnya E-commerce di Indonesia, membuat kompetisi untuk merebut reputasi dalam upaya pikat *download* dan kanal aplikasi melalui Android atau IOS selaku bisnis transaksi online dijalankan bagi industri tersebut. Salah satu strategi yang sangat

efektif dalam menarik perhatian konsumen yaitu dengan menyediakan berbagai promo pengurangan taksiran dan bebas biaya kirim. Shopee merupakan suatu media berbelanja *online* yang banyak memberikan diskon maupun promo kepada konsumen, dapat dilihat dari tabel diatas Shopee memiliki peringkat tertinggi dalam urusan diskon, dan harga yang dapat dikatakan termurah dari E-commerce lainnya.



Gambar

Pengunjung Ecommerce (Kuartal III 2021)
Sumber : Databooks (Kuartal III 2021)

Berdasarkan data diatas Tokopedia masih selaku E-commerce melalui banyaknya pengguna web bulanan terbanyak kuartal III 2021 dan total penggunanya ialah 158,1 juta, meningkat 7% dari tahun 2021, sedangkan Shopee sebanyak 134,4 juta pengguna setiap bulannya. Akan tetapi ketika diperhatikan berlandaskan urutan pada Appstore dan Playstore, Shopee mengungguli peringkat pertama mengalahkan Tokopedia.

Selain itu, dengan keberhasilan Shopee memanfaatkan dan memaksimalkan periode sale 12.12, melebihi dari 850 juta voucher Shopee sudah di klaim pada bulan Desember tahun 2021 yang lalu.(Kontan.co.id, 2021).

Dengan semakin pesatnya perkembangan zaman sekarang ini menuntut beragam peralihan pada metode perdagangan, pemasaran maupun cara melakukan transaksi. Dengan diiringi perkembangan teknologi masyarakat dengan sangat mudah dan praktis dalam memenuhi kebutuhan mereka, salah satu ragam implementasi pertumbuhan teknologi internet untuk menumbuhkan bisnis dengan memanfaatkan media sosial yang ada.

Internet saat ini dipergunakan sebagai sarana promosi, juga sebagai sarana untuk melakukan transaksi. Internet sudah mampu menciptakan pengaruh hampir semua sektor industri. Melebihi dari setengah penghuni dunia melakukan pencarian dan pembelian produk yang diinginkan melalui penjelajahan internet. Kendati begitu, industri tersebut akan mempertimbangkan ulang untuk menciptakan konsep dan siasat yang sanggup memikat konsumen sehingga menyimpulkan untuk melakukan pembelian.

Selain diskon perusahaan-perusahaan juga sering menggunakan bauran promosi salah satunya yaitu iklan. Iklan ialah satu dari empat jenis promosi yang dipergunakan penjual untuk memberikan arahan hubungan yang dapat memberikan keyakinan kepada konsumen. Iklan menggambarkan suatu bentuk komunikasi untuk mempromosikan sesuatu hal, dengan menggunakan media massa (Yasid, 2021). Tingginya tingkatan kompetisi menandakan berlimpahnya brand produk dengan konsep yang mirip, yang bersirkulasi dipasaran. Hal tersebut menimbulkan kompetisi antar brand kian berpotensi semakin ketat. Sebab demikian, diperlukan untuk melahirkan brand image yang bagus dipenglihatan calon pembeli menjadi bal penting. Brand image ialah gambaran konsumen tentang sebuah produk. Dengan demikian, semakin bagus citra merk yang dijual, maka akan semakin baik pula keputusan dan

kepercayaan suatu produk oleh pembeli. Citra merek produk yang bagus tentu tidak bisa didapat dengan gampang oleh penjual pada masa sekarang ini.

Minat beli pengguna, merupakan bagian dari elemen dalam sikap pembeli dengan pemakaian suatu produk. Keinginan yang timbul dalam melakukan suatu transaksi beli menimbulkan suatu dorongan yang ada dalam logika seseorang dan merupakan tindakan yang amat kuat yang pada simpulannya ketika seorang pembeli ingin melengkapi keperluannya akan mengeluarkan hal yang terdapat didalam pikirannya. Kepercayaan pembeli kepada situs jual beli online berada pada reputasi situs tersebut, semakin baik reputasinya maka pembeli akan merasa makin aman, dan bersungguh-sungguh untuk melakukan pembelian disana. Lantaran situs jual beli online memiliki sifat yang umum, pembeli kadang tiada keyakinan dengan penjual, dan hal yang didapat oleh pembelinya. Sebab itu, sarana transaksi melalui *online* harus memberi tindakan untuk memperbaiki ketidakpercayaan pembeli, hal tersebut berupa pemberian keamanan, dan menumbuhkan andalan melalui memberikan yang terbaik kepada pembeli.

Shopee tidak akan membiarkan dan terus mencari cara untuk dapat menarik perhatian pembeli dalam menggunakan media e-commerce. Dorongan kanal yang diberlakukan pembeli sama saja dengan kesimpulan pembeli untuk melakukan pembelian suatu barang. Kesimpulan pembelian konsumen terhadap suatu barang terbukti berpengaruh terhadap kesejahteraan produk tersebut.

Pembeli dapat merasa puas dan senang dikarenakan apa yang diinginkan oleh pembeli terpenuhi. Adanya pesaing dan merek baru membuat penjual perlu mengadakan macam-macam produk ataupun jasa yang akan ditawarkan, sehingga pembeli tidak bosan dengan produk yang disediakan, dan dapat mengingat produk tersebut dari produk berbeda yang menjadi kompetitor penjual sehingga barang yang disediakan oleh penjual lebih unggul dari barang pembanding lainnya. Kemudian, selepas analisis memberikan arahan tinjauan, ditentukan bahwa persoalan yang berbeda terjadi, misalnya foto yang tertera tidak mirip dengan yang diminta, sifat barang maupun jasa yang dijual tidak mirip dengan nada, gambar, ukuran, dan kancing yang tak prima hingga penafsiran barang yang diungkapkan pelanggan rendah, begitu sebaliknya jika pembeli suka dengan pelayanan yang diungkapkan oleh penjual, pembeli akan setia melakukan pembelian berulang atau sekiranya pembeli akan setia.

Terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan pengaruh diskon, promosi, digital marketing, brand image, dan kepercayaan pembeli kepada keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan (Febriansyah, 2018) menunjukkan bahwa kreativitas iklan menumbuhkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian yang dilakukan Daud dalam kutipan (Alfiana, 2020) memperlihatkan bahwa brand image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut penelitian (Ardiansyah & Nurdin, 2020) menunjukkan bahwa potongan harga (diskon) sangatlah menarik konsumen untuk dapat membeli produk secara langsung tanpa memikirkan kendala serta akibatnya. Menurut penelitian (Herlissha, 2021) menunjukkan bahwa dengan adanya digital marketing konsumen dapat dimudahkan untuk melakukan transaksi jual beli, namun harus disertai dengan membangun kepercayaan konsumen dalam membeli maupun menikmati produk maupun jasa yang kita berikan sehingga pelaku usaha dapat menumbuhkan perhatian pembeli untuk melakukan pembelian online melalui website yang diciptakan.

Berlandaskan asal usul tersebut penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan observasi mengenai “Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Shopee Kota Tangerang”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Diskon

Menurut (Kusnawan et al., 2019) menyimpulkan yakni:

“Diskon ialah penetapan harga dasar untuk dapat memberi *reward* pada pelanggan atas anggapan tertentu, seperti pembayaran cicilan lebih awal, banyaknya jumlah pembelian dan pembelian barang saat tiada musim”.

Menurut (Agisnawati, 2021) menyimpulkan bahwa:

“Diskon ialah harga tetap yang ditetapkan industri kepada konsumen yang memiliki sifat lunak demi memajukan penjualan suatu barang atau jasa”.

Promosi

Menurut (Fx.Pudjo Wibowo, 2018) menyimpulkan bahwa:

“Promosi ialah seluruh aktivitas perusahaan yang diberlakukan untuk memberitahukan informasi dan memajukan produknya pada titik tujuan”.

Menurut (Wijaya & Hernawan, 2022) menyimpulkan yakni:

“Promosi ialah pengembangan data ataupun bujukan satu haluan yang disusun guna menunjuk individu atau suatu kelompok kepada kegiatan yang merancang suatu perputaran di dalam perdagangan”.

Digital Marketing

Menurut (Devi Natalia & Suhendar Janamarta, 2022) menyimpulkan yakni:

“Pemasaran *digital* ialah aktivitas pemasaran yang mempergunakan jaringan atau media elektronik lain yang terdapat teknik menawarkan dan mempergunakan sarana untuk berhubungan dengan calon pembeli”.

Menurut (Indra Gunawan et al., 2020) menyimpulkan yakni:

“*E-marketing* ialah poin dari *e-commerce* yang termasuk dalam metode perdagangan lewat media sosial, dimana media sosial akan selalu mempersembahkan informasi up to date, kendati demikian industri dapat mempersembahkan pelayanan informasi produk yang disarankan dengan lengkap dan dapat dipahami.”.

Brand Image

Menurut (Bernadus Alvin Aprian & Adrian Hidayat, 2018) menyimpulkan yakni:

“Merek ialah suatu nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan atau terlebih gabungan dari keutuhannya, yang diimplikasikan untuk menuturkan produk atau jasa dari perorangan atau sekelompok penjual supaya tidak mirip dengan setiap lawannya”.

Bagi (Tri Angreni & Denis Lupie, 2021) menyimpulkan bahwa:

“Citra merek ialah rangkaian persepsi mengenai suatu merek yang saling keterkaitan yang terdapat dalam asumsi manusia”.

Kepercayaan Konsumen

Menurut (Suhendri et al., 2021) menyimpulkan bahwa:

“Kepercayaan ialah perilaku yang memperlihatkan kecintaan kepada suatu hasil produksi, atau merek dan selalu memakai hasil produksi atau merek tersebut”.

Menurut (Lestari, 2017) menyimpulkan yakni:

“Rasa percaya konsumen sebagai semua pengetahuan yang dipunyai oleh konsumen dan semua rangkuman yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut, dan manfaatnya”.

III. METODE

Populasi dan Sample

Populasi yang dipergunakan dalam observasi ini yakni masyarakat pengguna aplikasi Shopee di Kota Tangerang. Sedangkan pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin maka sampel yang diambil dalam observasi ini ialah 100 orang.

Objek Penelitian

Objek yang dipergunakan dalam observasi ini ialah PT. Shopee Internasional Indonesia yang bertempat di Wisma 77 Tower 2 Lantai 11, Jl. Letjen S Parman Kav. 77 Slipi, Palmerah, Kota Administrasi Jakarta Barat. Observasi ini diberlangsungkan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh diskon, promosi, digital marketing, brand image dan kepercayaan konsumen kepada keputusan pembelian pada aplikasi Shopee Kota Tangerang.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam observasi ini ialah data primer. Sumber data dihasilkan dari menyebarluaskan kuisioner yang akan diisi oleh responden. Kendatipun demikian dari data primer yang dibutuhkan dalam studi ini ialah laporan yang berkaitan dengan persepsi dari responden tentang pengaruh diskon, promosi, *digital marketing*, *brand image* dan kepercayaan konsumen.

Metode Pengumpulan Data

Hasil-hasil yang terpaut dengan tanggapan dari responden perihal impresi diskon, promosi, *digital marketing*, *brand image* dan kepercayaan konsumen yang didapat dengan pengedaran kuesioner. Deklarasi yang dibuat dan dirangkum untuk studi ini dengan mencantumkan deklarasi-deklarasi tertutup dengan pilihan lain jawaban yang sudah disiapkan dengan menggunakan pendekatan skala *likert* 1-5.

Uji Validitas

Menurut (Supriadi, 2020) menyimpulkan yakni:

“Validitas ialah akurasi dan presisi suatu instrumen saat pengukuran”

Berdasarkan teori di atas, penulis menyimpulkan bahwa validitas merupakan sebuah alat pengukuran yang dapat mengukur sebuah hal yang ingin diukur. Sedangkan uji validitas adalah menggunakan Korelasi Bivariate Pearson (Korelasi Produk Momen Pearson).

Menurut Supriadi (Supriadi, 2020) rumus korelasi produk moment dari orang yang dipergunakan ialah:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Penjelasan:

r = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

n = total responden

$\sum x$ = total skor butir pernyataan X

$\sum y$ = total skor butir pernyataan Y

$\sum x^2$ = total skor kuadrat butir pernyataan X

$\sum y^2$ = total skor total kuadrat butir pernyataan Y

Total kalkasi bisa disebut valid, bila terhitung melebihi tinggi dari variabel pada tingkatan signifikan 5%

Uji T (Uji Parsial)

Bagi (Mulyono, 2018) uji t dipergunakan untuk menentukan akankah komponen-komponen independen secara parsial memegang pengaruh yang jelas atau tidak terhadap komponen dependen.

Kualifikasi signifikansi yang dipergunakan ialah 0,05. Bila hasil signifikansi melebihi dibawah dari kualifikasi kepercayaan maka penyelidik menyetujui dugaan alternatif, yang menyimpulkan yakni suatu komponen secara parsial memiliki pengaruh terhadap komponen dependen.

Uji statistik t, mulanya memperlihatkan bahwa berapa banyak pengaruh suatu variabel independen secara parsial kedalam menjelaskan variabel dependen observasi ini diberlakukan uji dua arah dengan dugaan.

$$H_0: \beta_1 = 0$$

Memiliki arti yakni tidak berpengaruh dari variabel independent kepada variabel dependen.

$$H_a: \beta_1 < 0 \text{ atau } \beta_1 > 0$$

Alternatif lain untuk mengetahui pengaruh secara parsial ialah dengan menilik nilai signifikansinya, sekiranya nilai signifikansi yang dihasilkan di bawah hasil 5% maka memiliki dampak yang signifikan variabel independen secara parsial kepada variabel dependen dan berlaku sebaliknya.

Uji F (Uji Regresi Secara Simultan)

Bagi (Mulyono, 2018) uji F dipergunakan untuk menunjukkan yakni variabel-variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan kepada variabel dependen.

Kualifikasi kepercayaan yang dipergunakan ialah 0,05, Jika nilai F hasil hitungan melebihi besaran daripada nilai F berlandaskan tabel dugaan yang lain, yang memberikan pernyataan bahwa semua variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan kepada variabel dependen. Beberapa cara menentukan kriteria uji hipotesis yakni:

a. H_0 diterima, sekiranya $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai sig $> 0,05$

b. H_0 ditolak, sekiranya $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$

Sekiranya terjadi penerimaan H_0 , maka dapat disimpulkan yakni tidak signifikan berpengaruh variabel-variabel bebas secara bersamaan (simultan) kepada variabel terikat.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,919 ^a	,844	,836	2,251

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan.Konsumen, Diskon, Brand.Image, Digital.Marketing, Promosi

Berlandaskan tabel di atas dapat disimpulkan yakni hasil koefisien determinasi atau Adjusted R Square (R^2) senilai 0,844 atau 84,4%, dapat disimpulkan Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh Diskon (X1), Promosi (X2), Digital Marketing (X3), Brand Image (X4), dan Kepercayaan Konsumen (X5), sedangkan selebihnya 15,6% dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak termasuk dalam observasi.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,527	5,210		4,132	,000
Diskon	,498	,125	,374	3,990	,000

a. Dependent Variable: Keputusan.Pembelian

Berlandaskan hasil pengujian koefisien regresi diperoleh persamaan regresi berganda yakni:

$$Y = 3,836 + 0,543X_1 + 0,550X_2 + 0,232X_3 + 0,279X_4 + 0,430X_5 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dirincikan yakni:

- Konstan senilai 3,836 memberitahukan bahwa bila variabel independen yaitu Diskon (X₁), Promosi (X₂), Digital Marketing (X₃), Brand Image (X₄), dan Kepercayaan Konsumen (X₅) dianggap konstan (nol), maka nilai variabel dependen yakni Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 3,836.
- Variabel diskon berdampak positif dan signifikan kepada keputusan pembeli dengan koefisien regresi senilai 0,543 dan dengan lambang positif (+) yang memperlihatkan hubungan searah. Dengan demikian dapat disimpulkan bila diskon semakin tinggi maka pengaruh kepada keputusan pembelian akan meningkat.
- Variabel promosi berdampak positif dan signifikan kepada keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,550 dan dengan lambang positif (+) yang memperlihatkan hubungan searah. Kendati demikian dapat disimpulkan bila promosi semakin tinggi maka pengaruh kepada keputusan pembelian akan meningkat.
- Variabel *digital marketing* berdampak positif dan signifikan kepada keputusan pembeli dengan koefisien regresi senilai 0,232 dan dengan lambang positif (+) yang memperlihatkan hubungan searah. Kendati demikian dapat disimpulkan bila *digital marketing* semakin tinggi maka pengaruh kepada keputusan pembelian akan meningkat.
- Variabel *brand image* berdampak positif dan signifikan kepada keputusan pembelian dengan koefisien regresi senilai 0,279 dan dengan lambang positif (+) yang memperlihatkan hubungan searah. Kendati demikian dapat disimpulkan bila brand image semakin tinggi maka pengaruh kepada keputusan pembelian akan meningkat.
- Variabel kepercayaan konsumen berdampak positif dan signifikan kepada keputusan pembelian dengan koefisien regresi senilai 0,430 dan dengan lambang positif (+) yang memperlihatkan hubungan searah. Kendati demikian dapat disimpulkan bila kepercayaan konsumen semakin tinggi maka pengaruh kepada keputusan pembelian akan meningkat.

• **Uji F**

Berlandaskan data di tabel didapati yakni nilai F hitung senilai 101,912 dengan tingkatan signifikan 0,000 < alpha 0,05 (5%). F hitung yang didapat senilai 101,912 > F tabel yakni 2,47. F tabel ialah suatu kadar tertentu

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2582,237	5	516,447	101,912	,000 ^a
	Residual	476,353	94	5,068		
	Total	3058,590	99			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Konsumen, Diskon, *Brand Image*, *Digital Marketing*, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

yang dipergunakan menjadi komparasi, benarkah sebuah observasi yang mempergunakan F hitung ditentukan signifikan atau tidak.

F tabel didapati dengan rumusan $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(2; 100)$. Dengan demikian, hasil yang didapatkan dari alokasi F tabel senilai 2,47. Kendati demikian, beroleh kesimpulan bahwa diskon, promosi, digital marketing, brand image, dan kepercayaan konsumen berlangsung seirama atau simultan berpengaruh signifikan kepada keputusan transaksi beli pada aplikasi belanja Shopee.

V. KESIMPULAN

Berlandaskan hasil dari observasi dan analisa data perihal “Pengaruh Diskon, Promosi, *Digital Marketing*, *Brand Image*, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Aplikasi Shopee Kota Tangerang”, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji t yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung, Maka dapat disimpulkan bahwa diskon, promosi, *digital marketing*, *brand image* dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena signifikansi lebih rendah dari 0,05 dan t hitung > t tabel, hingga H1, H2, H3, H4 dan H5 diterima.

Berlandaskan hasil observasi, pengkajian, dan kesimpulan serta terbatasnya observasi, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Shopee diharapkan dapat meningkatkan diskon, promosi, digital marketing, brand image, dan kepercayaan konsumen agar konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian. Dengan berinovasi, mengembangkan, dan mempertahankan kualitas produk dan memberikan iklan yang menarik agar konsumen dapat tetap memberikan perhatiannya pada produk Shopee. Jika dari sisi diskon, perusahaan harus mampu mempertahankan bahkan meningkatkan diskon. Diskon, promosi, digital marketing, brand image, dan kepercayaan konsumen tidak bisa diukur hanya dari keahlian dan kepercayaannya tetapi juga dinilai dengan kemenarikan dengan menekankan pada pemberian diskon, promosi yang dilakukan, pemanfaatan digital marketing yang baik, brand image yang baik, dan meningkatkan kepercayaan konsumen agar pelanggan semakin percaya dan loyal terhadap perusahaan.

2. Bagi Universitas Buddhi Dharma

Dari hasil observasi yang sudah dilaksanakan, penulis memiliki harapan bahwa akan dapat memperluas ilmu pengetahuan, dan pengalaman dalam mempergunakan prinsip yang sudah diterima di Universitas Buddhi Dharma (UBD) serta dikembangkan dengan praktik yang ada diperusahaan.

3. Bagi Peneliti Setelahnnya

Bagi observasi selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah variabel independen lain seperti menambah variabel kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, fitur. Dengan tumpuan hasil observasi seterusnya kian unggul. Populasi dan sampel observasi lebih luas, tidak sekadar masyarakat kota Tangerang tetapi juga masyarakat luas, dan sebagainya agar hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agisnawati. (2021). *PENGARUH PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING PADA GIANT EKSTRA BANJAR | Sari | JURNAL SAINS MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*.
- Alfiana, D. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Online Shopee*.
- Bernadus Alvin Aprian, & Adrian Hidayat. (2018). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo Pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama*.
- Devi Natalia, & Suhendar Janamarta. (2022). *Pengaruh Pemasaran Digital, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Consumer Purchase Decision Pada Produk PT. Surya Global Mandiri*.
- Febriansyah. (2018). *Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop*.
- Fx.Pudjo Wibowo. (2018). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN PT. GOJEK INDONESIA (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online - Gojek Di Tangerang)*.

- Herlissha, N. & F. T. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Di Era Pandemi Covid 19*.
- Hernawan, E., AgusKusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM*.
- Indra Gunawan, Tjong Se Fung, & Diana Silaswara. (2020). *Digital Marketing Study, Through Instagram Media Case Study of Private Universities in the Tangerang Region*.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 137-160. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/view/1861>
- Lestari, P. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO (Studi Pada Mahasiswa Reguler Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung) - repo unpas*.
- Mulyono. (2018). Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu. In *CV Budi Utama*.
- Suhendri, Anton Wijaya, & Alvirah Widjoyo Eksan. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Pada Simpanan Berjangka Di Pt Bpr Magga Jaya Utama*.
- Tri Angreni, & Denis Lupie. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pakaian Dalam Pria PT. Colorindo Internusa di Carrefour Tangcity Mall*.
- Wijaya, J. A., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Promosi, Fitur, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan Google Ads Sebagai Digital Marketing. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(2).
- Yasid, M. & S. N. (2021). *PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRODUK OBRAL DENGAN IKLAN TANPA INFORMASI YANG JELAS (MENYESATKAN)*.

Pengaruh Motivasi, *Self Efficacy*, Pertimbangan Pasar Kerja, Penghargaan Finansial, Pengakuan Profesional, dan Nilai – nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Berkarir di Bidang Perpajakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Buddhi Dharma)

Priskila Natalia^{1)*}, Peng Wi²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾priskilanatalia0@gmail.com

²⁾peng.wie@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima, September 2022;
Perbaikan, September 2022;
Diterima, September 2022;
Tersedia online, Oktober 2022

Kata kunci:

Motivasi
Self Efficacy
Pertimbangan Pasar Kerja
Penghargaan Finansial
Pengakuan Profesional
Nilai – nilai Sosial
Minat

Abstrak

Riset berikut mempunyai tujuan dilaksanakan yaitu guna mengamati pengaruh Motivasi, *Self Efficacy*, Pertimbangan Pasar Kerja, Pengakuan Profesional, Penghargaan Finansial, berbagai Nilai Sosial kepada minat mahasiswa berkarier dalam Bidang Perpajakan dengan menggunakan studi kasus penelitian pada mahasiswa jurusan akuntansi aktif Universitas Buddhi Dharma. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan jenis data yang menggambarkan informasi melalui tipe data statistik deskriptif. Populasi yang digunakan dalam riset berikut yakni mahasiswa aktif semester 2, 4, 6, dan 8 jurusan akuntansi Universitas Buddhi Dharma. Mempergunakan Purposive Sampling dalam menentukan sampel yang dipakai yaitu sejumlah 130 responden atau mahasiswa pada riset berikut. Menggunakan teknik analisis data seperti uji frekuensi, uji statistik deskriptif, pengujian reliabilitas, pengujian heteroskedastisitas, pengujian validitas, pengujian multikolinieritas, pengujian normalisasi, pengujian koefisien determinasi, pengujian regresi linier berganda, dan pengujian f maupun t serta guna mengolah data mempergunakan program SPSS versi 26. Secara parsial mendapatkan hasil bahwa variabel Motivasi, *Self Efficacy*, Penghargaan Finansial, Nilai – nilai Sosial, Pertimbangan Pasar Kerja, Pengakuan Profesional, ada pengaruhnya kepada Minat Mahasiswa berkariert dalam sektor Perpajakan, serta secara simultan mendapatkan hasil bahwa variabel Motivasi, *Self Efficacy*, Penghargaan Finansial, Nilai – nilai Sosial, Pengakuan Profesional, Pertimbangan Pasar Kerja ada pengaruhnya kepada minat mahasiswa berkarier dalam Bidang Perpajakan.

I. PENDAHULUAN

Sudah banyak diketahui bahwa berkarier dalam sektor perpajakan mendapatkan penghasilan yang cukup tinggi. Tujuan banyak orang untuk mempunyai pekerjaan dengan penghasilan yang cukup tinggi. Sehingga menjadi hal wajar jika studi jurusan perpajakan diminati oleh banyak orang. Dengan mempelajari ilmu pengetahuan perpajakan mahasiswa mendapatkan cukup bekal dalam dunia kerja. Melalui PMK no. 111/2014 pemerintah mendukung dalam meningkatkan SDM dalam bidang perpajakan dengan memudahkan dalam pembentukan perkumpulan praktisi perpajakan. Membuka lapangan kerja yang cukup luas sebagai konsultan pajak. Jumlah rasio konsultan pajak di Indonesia masih jauh dari rasio ideal yaitu 1 konsultan pajak berbanding dengan 5000 wajib pajak. Sedangkan saat ini rasio konsultan pajak di Indonesia berada pada 1 konsultan pajak berbanding pada 75000 wajib pajak. Berdasarkan data yang sudah dipaparkan tidak dapat dipungkiri bahwa kebutuhan SDM yang bekerja di bidang konsultan pajak cukup tinggi sehingga terdapat lapangan pekerjaan yang cukup luas untuk bekerja pada sektor perpajakan terutama selaku konsultan perpajakan. Maka demikian minat mahasiswa dalam mengejar karier dalam sektor perpajakan terutama konsultan perpajakan cukup tinggi. Melalui penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengetahui apakah beberapa variabel yang digunakan memberi pengaruh minat mahasiswa untuk berkarier dalam sektor pajak. Dikarenakan terdapat beberapa jurnal yang memperoleh hasil bahwa tiap – tiap variabel seperti motivasi, *self efficacy*, pertimbangan pasar pekerjaan, penghargaan finansial, nilai sosial, pengakuan profesional ada pengaruhnya kepada minat mahasiswa berkarier dalam sektor pajak serta juga terdapat beberapa jurnal yang memperoleh hasil bahwa tiap – tiap variabel tidak ada pengaruhnya kepada minat mahasiswa berkarier dalam sektor pajak sehingga terdapat gap yang menarik untuk diteliti. Menurut Dody Dayshandi, Siti Ragil Handayani, Fransisca Yaningwati (Dayshandi, Handayani, & Yaningwati, 2015), motivasi mahasiswa dalam berkarier pada sektor pajak misalnya yaitu karena responden suka dengan pajak. Dengan bekerja di bidang perpajakan akan mendorong potensi maksimal responden dalam bidang perpajakan. Sedangkan menurut Nanda Suryadi, Arie Yusnelly, dan Chika (Suryadi, Yusnelly, & Chika, 2021) motivasi tidak begitu berpengaruh dikarenakan hanya dengan motivasi yang kuat belum mampu meningkatkan kemampuan secara maksimal dalam perpajakan. Menurut Putu Candra Ardiana Putra, Made Arie Wahyuni, I Nyoman Putra Yasa (Putra, 2018), *self efficacy* akan memberikan pengaruh minat responden dalam mengambil profesi di bidang perpajakan. *Self efficacy* merupakan keyakinan akan kemampuan diri. Sedangkan menurut Sri Ayem dan Ryan Hidayat (Ayem & Hidayat, 2021) *self efficacy* tidak ada pengaruhnya dengan minat responden untuk bekerja pada sektor terkait pajak. Dikarenakan saat menjadi mahasiswa kepercayaan diri atas kemampuan dalam bidang perpajakan untuk bersaing dalam kompetisi profesi masih sangat amat kurang dan juga kepercayaan akan kemampuan dalam menghadapi tantangan profesi masih sangat rendah. Menurut I Nyoman Putra Yasa, Ida Ayu Gede Danika Esa Pradnyani dan Anantawikrama Tungga Atmadja (Yasa, Pradnyani, & Atmadja, 2019), dengan terbuka luasnya lapangan pekerjaan di bidang perpajakan bisa memberi dorongan minat untuk menentukan bidang berkarier yang ingin diambil. Menurut Wulan Nelafan dan Umi Sulistiyanti (Nelafan & Sulistiyanti, 2022), mengungkapkan bahwa penghargaan finansial merupakan kebutuhan terpenting yang memberikan pertimbangan yang besar saat memilih berkarier dalam sektor pajak. Sedangkan menurut Stella Franciss Muliando dan Yenni Mangoting (Muliando & Mangoting, 2014), pendapatan finansial bukan factor utama yang mempengaruhi minat responden saat menentukan karir. Karena menurut beberapa responden pengalaman yang beragam yang lebih mendorong dalam memilih karir di bidang perpajakan. Menurut Stella

Franciss Mulianto dan Yenni Mangoting (Mulianto & Mangoting, 2014), pengakuan profesional memberikan pengaruh yang signifikan bagi responden untuk memilih berkarir di bidang perpajakan. Sesuai dengan pemaparan Zainal bahwa penghargaan non-finansial akan meningkatkan motivasi dalam bekerja dan produktifitas dalam bekerja. Menurut Stella Franciss Mulianto dan Yenni Mangoting (Mulianto & Mangoting, 2014), cita – cita sosial mempengaruhi minat responden saat melaksanakan pengembangan berkarier dalam sektor pajak. Responden dengan nilai sosial yang lebih baik lebih mungkin untuk mengemban karir di bidang perpajakan. Sedangkan menurut Wulan Nelafan dan Umi Sulistiyanti (Nelafan & Sulistiyanti, 2022) nilai sosial tidak memberikan pengaruh atas minat responden dalam memilih bekerja di bidang perpajakan. Dikarenakan responden lebih berfokus pada pemenuhan kebutuhan pribadi dibandingkan meningkatkan hubungan sosial. Sehingga melalui penelitian ini penulis bermaksud untuk mencari tahu apakah motivasi, *self efficacy*, penghargaan finansial, pertimbangan pasar pekerjaan, nilai sosial, pengakuan keprofesionalitasan, memberi pengaruh kepada minat mahasiswa mempunyai karier dalam sektor pajak.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Karir

Pengertian karir adalah bidang pekerjaan yang diambil dan ditekuni untuk dilakukan dalam kehidupan, dibayar ataupun tidak dibayar.

Perpajakan

Menurut (Mardiasmo, 2016) pajak yang merupakan pembiayaan dilaksanakan masyarakat kepada negara yang dibayarkan kedalam kas negara yang melakukan aturan UU serta bisa dikenai pemaksaan tanpa pengembalian. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pajak merupakan dukungan finansial yang diberikan warga negara kepada negara yang dipaksakan untuk membiayai pembiayaan negara. Pembayaran yang dilakukan digunakan negara untuk melakukan pembayaran publik.

Mahasiswa

Mahasiswa berdasarkan KBBI berarti individu yang mengenyam pendidikan pada suatu universitas atau perguruan tinggi. Atau dapat diartikan mahasiswa sebagai individu yang mengenyam pendidikan dijenjang universitas dan mempunyai kecerdasan intelektual yang lebih baik.

Motivasi

Menurut Sutrisno (Sutrisno, 2017) motivasi berarti stimulus ataupun kemauan dan daya yang menggerakkan keinginan kerja individu untuk tiap motif bertujuan tertentu yang akan diraih. Atau pun bisa diartikan bahwa motivasi adalah suatu dorongan dalam melakukan sesuatu.

Self Efficacy

Bagi Niu (Niu, 2010) *Self efficacy* yakni hasilnya dari berinteraksi diantara lingkungan luar, proses menyesuaikan diri dan keterampilan dengan personal, pendidikan, maupun pengalaman. Atau dapat diartikan bahwa *self efficacy* atau efikasi diri adalah rasa percaya akan kemampuan diri.

Pertimbangan Pasar Kerja

Berdasarkan Harianti & Taqwa (S., 2017) pertimbangan pasar kerja sebagai semua keperluan maupun persediaan pekerja yang merupakan suatu hal pertimbangan saat akan masuk pada dunia pekerjaan. Atau dapat diartikan juga sebagai faktor lapangan pekerjaan yang mempengaruhi dalam pemilihan bidang pekerjaan sehingga dapat diminati oleh banyak orang.

Penghargaan Finansial

Menurut Suyono (Suyono, 2014) penghargaan finansial dipersepsikan merupakan instrumen ukur mengevaluasi pertimbangan layanan yang sudah diberi pegawai yang merupakan balasan atas yang sudah didapatkannya. Juga dapat diartikan bahwa penerimaan dalam bentuk finansial atau keuangan atas sesuatu hal yang sudah dilakukan.

Pengakuan Profesional

Menurut Daulay (Daulay, 2016) pengakuan profesional berarti penghargaan yang berbentuk non-keuangan berkaitan terhadap pengakuan kepada prestasinya.

Nilai – nilai Sosial

Berdasarkan Hendropuspito nilai sosial berarti seluruh wujud peraturan yang dihargai dalam bermasyarakat dikarenakan daya guna mencakup fungsional untuk perkembangan hidup manusia.

Minat

Minat merupakan ketertarikan dan keinginan atas sesuatu hal yang termasuk dalam aspek psikologis. Pada KBBI, minat maknanya kecondongan hati yang besar kepada suatu hal.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori, bisa ditentukan perumusan hipotesisnya yaitu:

H1 = Diduga Motivasi ada pengaruhnya kepada Minat Mahasiswa Berkarier dalam Bidang Perpajakan

H2 = Diduga Self Efficacy ada pengaruhnya kepada Minat Mahasiswa Berkarier dalam Bidang Perpajakan

H3 = Diduga Pertimbangan Pasar Kerja ada pengaruhnya kepada Minat Mahasiswa Berkarier dalam Bidang Perpajakan

H4 = Diduga Penghargaan Finansial ada pengaruhnya kepada Minat Mahasiswa Berkarier dalam Bidang Perpajakan.

H5 = Diduga Pengakuan Profesional ada pengaruhnya kepada Minat Mahasiswa Berkarier dalam Bidang Perpajakan.

H6 = Diduga Nilai – nilai sosial ada pengaruhnya kepada Minat Mahasiswa Berkarier dalam Bidang Perpajakan.

III. METODE

Dalam riset berikut, mempergunakan macam riset kualitatif berjenis datanya yang memperlihatkan informasi melalui tipe data statistik deskriptif dengan menampilkan data melalui kelompok dan kategori. Cara dalam pemerolehan data melalui hasil dari penyebaran kuisioner kepada mahasiswa aktif jurusan akuntansi Universitas Buddhi Dharma semester 2,4,6, dan 8. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) objek riset bermakna sesuatu atribut ataupun sifat maupun nilai individu, objek dan juga aktivitas yang bervariasi dan ditentukan dari periset agar dipelajarinya, lalu ditentukan kesimpulan terkaitnya. Pada riset berikut mempergunakan objek penelitian mahasiswa aktif jurusan akuntansi Universitas Buddhi Dharma semester 2, 4, 6, dan 8. Objek riset berikut dipakai guna pengujian apakah variabel independennya bisa memberi pengaruh kepada variabel terikat melalui faktor – faktor yang dipakai pada saat uji. Riset berikut mencakup enam variabel independen seperti Motivasi, *Self Efficacy*, Penghargaan Finansial, Pertimbangan Pasar Kerja, Nilai – nilai sosial, Pengakuan Profesional. Pemerolehan data primer secara langsung melalui sumbernya yang asli. Penghimpunan data dari periset langsung melalui sumber awal ataupun lokasi objek riset diselenggarakan. Didapatkan langsung dari sumber

asalnya (bukan dengan media perantara). Pada pelaksanaan riset berikut, penulis mempergunakan data primer melalui pemerolehan data langsung dari sumber (jawaban langsung dari sumber utama melalui hasil dari penyebaran kuisioner). Data primer menjadi pilihan peneliti karena dilakukan dengan mengumpulkan data – data yang diperlukan di Universitas Buddhi Dharma. Metode survey dipergunakan dalam penghimpunan data melalui penggunaan pertanyaan dengan tertuliskan yang memerlukan hubungan langsung antara peneliti dan responden. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) kuesioner berarti teknik menghimpun data yang dipakai dengan metode pemberian serangkaian pertanyaan ataupun pernyataan tertuliskan terhadap responden agar diberi jawaban. Bagi Sugiyono (Sugiyono, 2016) Populasi berarti lingkup generalisasi mencakup subjek ataupun objek yang berkauntitas serta berkarakteristik dan ditentukan dari periset agar dipelajarinya sehingga kesimpulan bisa ditentukan. Pada riset berikut, mempergunakan populasinya yakni mahasiswa aktif jurusan akuntansi Universitas Buddhi Dharma semester 2, 4, 6, dan 8 sebanyak 601 mahasiswa. Yang dimana terdiri atas 136 mahasiswa semester 2, 200 mahasiswa semester 4, 183 mahasiswa semester 6, serta 82 mahasiswa semester 8. Alasan peneliti hanya melakukan penelitian pada mahasiswa akuntansi aktif semester 2, 4, 6, dan 8 yaitu dikarenakan terdapat sebagian mahasiswa yang belum terjun dalam dunia kerja serta akan terjun ke dunia kerja, maka bisa memberi implikasi yang cukup nyata kepada penentuan dalam pilihan berkarir di bidang perpajakan. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2016), sampel merupakan bagian atas total maupun karakteristik yang dipunyai oleh suatu populasi. Sampel merupakan sebagian atas populasi terdiri sekitar 15 ataupun 25 persen berdasarkan kesemua populasi, tetapi penggunaan sampel harus dapat memperlihatkan karakteristik atas populasi. Menurut Arikunto (2019, hlm. 104), jika seluruh populasi masih kurang dari 100 responden maka sampel diharuskan diambil secara kesemuanya, akan tetapi jika populasi berjumlah melebihi dari 100 responden, penggunaan sampel sebanyak 10 sampai dengan 15 persen atau dapat juga sebanyak 20 sampai dengan 25 persen atas total dari populasi yang dipergunakan. Atas dasar teori tersebut sampel yang menjadi acuan peneliti yaitu sebesar 100 responden. Penggunaan 130 sampel yang dimana sudah sesuai dan memenuhi syarat dengan ketentuan teori menurut Arikunto. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2017) tata cara ataupun teknik menghimpun data bisa dilaksanakan dengan angket, mewawancarai, pengamatan, dan pula gabungan ketiga itu. Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2012), teknik menghimpun data berarti tahapan yang paling strategis pada riset, karena tujuan pokok riset merupakan mengumpulkan data. Penelitian yang dilakukan adalah termasuk pada riset deskriptif kualitatif, menggunakan metode survey dalam pengumpulan data, yang merupakan pengumpulan data menggunakan penyebaran pertanyaan tertuliskan yang harus diberi jawaban langsung dari respondennya yang ada. Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu terdiri atas motivasi (X1), *self efficacy* (X2), pertimbangan pasar kerja (X3), penghargaan finansial (X4), pengakuan profesional (X5), serta nilai – nilai sosial (X6), serta variabel dependennya (Y) yakni minat mahasiswa berkarier dalam sektor pajak. Variabel independen berarti memberi pengaruh dari variabel dependennya.

IV. HASIL

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel I
 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.655	.638	1.51232

a. Predictors: (Constant), Nilai - nilai Sosial, Penghargaan Finansial, Motivasi, Pengakuan Profesional, Self Efficacy, Pertimbangan Pasar Kerja

Melalui pengujian koefisien determinasi dalam tabel itu, mendapatkan hasil yakni nilai koefisien determinasi Adjusted R^2 Square didapatkan sejumlah 0.638 atau 63.8%. Hal tersebut menggambarkan presentase atas pengaruhnya variabel bebas terdiri atas motivasi, *self efficacy*, pertimbangan pasar kerja, penghargaan finansial, pengakuan profesional, serta nilai – nilai sosial kepada variabel dependen yaitu minat berkarir dibidang perpajakan sejumlah 63.8%. sementara bersisa 36.2% merupakan jumlah persentase variabel terikat oleh variabel lainnya yang bukan termasuk dalam variabel bebas yang dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan, contohnya dapat berupa Persepsi dan Kemampuan.

Uji Parameter Individual (Uji t)

Atas data yang diperoleh maka mendapatkan hasil analisis yaitu:

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir di Bidang Perpajakan

Tabel II
 Hasil Uji T Motivasi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.732	1.392		5.556	.000
	Motivasi	.619	.066	.638	9.377	.000

a. Dependent Variable: Minat

Variabel motivasi menunjukkan pengaruh negatif bernilai t hitung 9.377 serta t tabel 1.979. Maka nilainya t hitung lebih tinggi dibandingkan t tabel. Nilai signifikansinya

sejumlah 0.000 melebihi daripada 0.05 bertanda positif, yang bisa ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima maka dari itu variabel motivasi memiliki pengaruh bersignifikan kepada minat mahasiswa berkarier dalam sektor perpajakan.

2. Pengaruh Self Efficacy Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir di Bidang Perpajakan

Tabel II
Hasil Uji T *Self Efficacy*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.954	1.292		4.609	.000
	Self Efficacy	.722	.063	.712	11.485	.000

a. Dependent Variable: Minat

Variabel *self efficacy* menunjukkan pengaruh negatif bernilai t hitung 11.485 dan t tabel 1.979. Sehingga nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel. Nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 bertanda positif, yang dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima maka dari itu variabel *self efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berkarir dibidang perpajakan.

3. Pengaruh Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir di Bidang Perpajakan

Tabel III
Hasil Uji T Pertimbangan Pasar Kerja

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.879	1.204		6.542	.000
	Pertimbangan Pasar Kerja	.676	.063	.688	10.728	.000

a. Dependent Variable: Minat

Variabel pertimbangan pasar kerja menunjukkan pengaruh negatif dengan nilai t hitung 10.728 dan t tabel 1.979. Sehingga nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel. Nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari pada 0.05 bertanda positif, yang dapat ditarik kesimpulan bahwa H3 diterima maka dari itu variabel pertimbangan pasar kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berkarir dibidang perpajakan.

4. Pengaruh Penghargaan Finansial Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir di Bidang Perpajakan

Tabel IV
Hasil Uji T Penghargaan Finansial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.002	1.304		7.670	.000
	Penghargaan Finansial	.541	.065	.590	8.271	.000

a. Dependent Variable: Minat

Variabel penghargaan finansial menunjukkan pengaruh negatif dengan nilai t hitung 8.271 dan t tabel 1.979. Sehingga nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel. Nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari pada 0.05 bertanda positif, yang dapat ditarik kesimpulan bahwa H4 diterima maka dari itu variabel penghargaan finansial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berkarir dibidang perpajakan.

5. Pengaruh Pengakuan Profesional Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir di Bidang Perpajakan

Tabel V
Hasil Uji T Pengakuan Profesional

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.655	1.600		5.410	.000
	Pengakuan Profesional	.576	.076	.556	7.570	.000

a. Dependent Variable: Minat

Variabel pengakuan profesional memiliki pengaruh positif dengan nilai t hitung 7.570 dan t tabel 1.979. Sehingga nilai t hitung > t tabel. Nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05 bertanda positif, yang artinya bahwa H5 diterima sehingga variabel pengakuan profesional memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berkarir dibidang perpajakan.

6. Pengaruh Nilai – nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Berkarir di Bidang Perpajakan

Tabel VI
Hasil Uji T Nilai – nilai Sosial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.136	1.293		7.839	.000
	Nilai - nilai Sosial	.539	.065	.589	8.236	.000

a. Dependent Variable: Minat

Variabel nilai – nilai sosial menunjukkan pengaruh negatif dengan nilai t hitung 8.236 dan t tabel 1.979. Sehingga nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel. Nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari pada 0.05 bertanda positif, yang dapat ditarik kesimpulan bahwa H6 diterima maka dari itu variabel nilai – nilai sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berkarir dibidang perpajakan.

Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Tabel VII
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	534.756	6	89.126	38.969	.000 ^b
	Residual	281.314	123	2.287		
	Total	816.069	129			

a. Dependent Variable: Minat
b. Predictors: (Constant), Nilai - nilai Sosial, Penghargaan Finansial, Motivasi, Pengakuan Profesional, Self Efficacy, Pertimbangan Pasar Kerja

Dari hasil uji ANOVA atau uji f didapatkan f hitung 38.969 lebih besar dari pada f table yaitu sebesar 2.17 dengan signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keenam variabel independen yaitu motivasi, *self efficacy*, pertimbangan pasar kerja, penghargaan finansial, pengakuan profesional, dan nilai – nilai sosial dengan bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap berkarir dibidang perpajakan.

V. KESIMPULAN

Melalui hasil uji hipotesis dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi ada pengaruhnya dengan bersignifikan kepada minat berkarir dibidang perpajakan. Dapat diberi pembuktian melalui skor T hitung sejumlah 9.377 lebih tinggi daripada angka T tabel 1.979 bertingkat signifikannya sejumlah 0.000 lebih rendah daripada 0.05, *Self efficacy* ada pengaruhnya bersignifikan kepada minat berkarier dalam sektor pajak. Dapat ditarik kesimpulan dengan nilai T hitung sejumlah 11.485 lebih tinggi dibandingkan angka T tabel 1.979 yang bertingkat signifikannya sejumlah 0.000 lebih rendah daripada 0.05, Pertimbangan pasar kerja ada pengaruhnya dengan bersignifikan kepada minat berkarier dalam sektor pajak. Hal berikut bisa diamati melalui angka T hitung sejumlah 10.728 lebih tinggi daripada angka T tabel 1.979 yang bertingkat signifikannya sejumlah 0.000 lebih rendah daripada 0.05, Penghargaan finansial ada pengaruhnya dengan bersignifikan kepada minat berkarier dalam sektor pajak. Diberi pembuktian melalui hasil nilainya T hitung sejumlah 8.271 lebih besar dari nilai T tabel 1.979 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, Pengakuan profesional berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkarir dibidang perpajakan. Hal ini dibuktikan dengan nilai T hitung sebesar 7.570 lebih besar dari nilai T tabel 1.979 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, serta atas variabel bebas nilai – nilai sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkarir dibidang perpajakan. Dapat ditarik kesimpulan atas nilai T hitung yang diperoleh sebesar 8.236 lebih besar dari nilai T tabel 1.979 dengan tingkat signifikan sebesar

0.000 lebih kecil dari 0.05, kemudian secara bersama – sama variabel bebas seperti Motivasi, *self efficacy*, pertimbangan pasar kerja, penghargaan finansial, pengakuan profesional, dan nilai – nilai sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkarir dibidang perpajakan. Didapat dari nilai f hitung sebesar 38.969 lebih besar dari nilai f tabel 2.17 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari pada 0.05.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayem, S., & Hidayat, R. (2021). The Effect Of Motivation, Self Efficacy, Tringa and Understanding of PMK Number 111/PMK.03/2014 On Career Interest Of Accounting Students as Tax Consultants. *Accounting Research Journal of Sutaatmadja (ACCRUALS)*, 24-26.
- Dayshandi, D., Handayani, S. R., & Yaningwati, F. (2015). Pengaruh Persepsi dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Program Studi Perpajakan Untuk Berkarir di Bidang Perpajakan. *Studi pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*, 7-8.
- Mulianto, S. F., & Mangoting, Y. (2014). Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi Sebagai Konsultan Pajak. *Tax & Accounting Review, Vol 4, No 2*, 6-8.
- Nelafan, W., & Sulistiyanti, U. (2022). Analisis Determinan Pilihan Berkarir Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*, 139-141.
- Putra, P. C. (2018). Pengaruh Motivasi, Self Efficacy dan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 111/PMK.03/2014 Terhadap Minat Berkarir Mahasiswa Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha Sebagai Konsultan Pajak. *E-Jurnal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 9-11.
- Suryadi, N., Yusnelly, A., & Chika. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Jurusan Akuntansi Terhadap Pemilihan Berkarir Dibidang Perpajakan Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Studi Kasus Pada Universitas Negeri Di Pekanbaru*, 276-277.
- Yasa, I. P., Pradnyani, I. A., & Atmadja, A. T. (2019). Peran Lingkungan, Pertimbangan Pasar Kerja dan Persepsi Mahasiswa Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Berkarir di Bidang Perpajakan. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 87-88.
- Daulay, M. (2016). Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Mahasiswa Dalam Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik. *Skripsi*.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan*. Yogyakarta: CV Andi Offser.
- Niu, H. J. (2010). *Investigating the Effect of Self Efficacy on Food-service Industry Employees Career Commitmen*. Chang Ching-sheng: Internasional Journal of Hospitality Management.

- S., H. S. (2017). Pengaruh Penghargaan Finansial, Pertimbangan Pasar Kerja dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Menjadi Akuntan Publik: Studi Empiris Mahasiswa Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Negeri & Swasta Kota Padang. *Jurnal WRA*, 5(2), 1029-1044.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Cara mudah menyusun skripsi, tesis, dan disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Suyono, N. A. (2014). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Karir sebagai Akuntan Publik (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi UNSIQ). *Jurnal PPKM II*. 2(1), 69-83.

Pengaruh Dana Pihak Ketiga, *Non Profit Loan* (Npl), Suku Bunga Kredit Dan Pph Final Terhadap Penyaluran Kredit Pada Bank Perkreditan Rakyat Magga Jaya Utama

Steffany¹⁾, Selfiyan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾fanysteffany9@gmail.com

²⁾selfiyan.selfiyan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima, September 2022;
Perbaikan, September 2022;
Diterima, September 2022;
Tersedia online, Oktober 2022

Kata kunci:

Non Performing Loan
Suku Bunga Kredit
Dana Pihak Ketiga
PPH Final
Penyaluran Kredit

Penelitian skripsi ini memiliki tujuan untuk mencari tahu pengaruh dana pihak ketiga, *non profit loan* (NPL), suku bunga kredit dan pph final terhadap penyaluran kredit pada Bank Perkreditan Rakyat Magga Jaya Utama. Sampel penelitian ini adalah laporan keuangan triwulan periode 2016-2020. Model penelitian menggunakan model penelitian deskriptif yang digambarkan secara sistematis tentang variabel yang diteliti. Teknik uji yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini secara parsial dana pihak ketiga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit, sedangkan *non profit loan* (NPL), suku bunga kredit dan pph final tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyaluran kredit. Dari hasil penelitian ini juga dana pihak ketiga, *non profit loan* (NPL), suku bunga kredit dan pph final berpengaruh secara simultan terhadap penyaluran kredit. Kesimpulan dari penelitian ini adalah dana pihak ketiga mempunyai peran besar dalam mempengaruhi penyaluran kredit.

I. PENDAHULUAN

Bank adalah sarana untuk membantu pemerintah mengumpulkan dana publik dan dana masyarakat. Bank juga mengumpulkan pajak yang dibayarkan ke brankas negara untuk membantu negara bagian dengan pemotongan pajak. Saat ini perkembangan ekonomi tidak terlepas dari peran perbankan. Bank memainkan peran

penting dalam menstabilkan pertumbuhan ekonomi. Peran bank juga kuat dalam memberikan kredit kepada nasabah yang dapat mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Pelanggan dapat menggunakan kredit untuk mengembangkan bisnis mereka, berinvestasi, dan banyak lagi.

Dikarenakan terhambatnya kegiatan ekonomi, pertumbuhan kredit juga melambat. Selain itu, penurunan permintaan kredit dari berbagai negara telah memperlambat pertumbuhan kredit pemerintah. Meski pertumbuhan kredit melambat, likuiditas dan permodalan bank yang cukup memadai.

Masalah umum adalah deposan melakukan penyetoran tanpa konfirmasi terlebih dahulu dan dana bank terlalu tinggi. Oleh karena itu, terjadi ketidakseimbangan antara uang yang diterima, uang yang dibagikan dan pajak setoran. Ketidakseimbangan ini juga dipengaruhi oleh tingginya suku bunga pinjaman yang ditentang oleh peminjam. Dalam hal pemberian pinjaman, peringkat kredit bank yang buruk seringkali menjadi masalah yang mempengaruhi keuntungan perusahaan. Disini profit perusahaan menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan.

Saat meminjamkan, yang utama adalah mengikuti prinsip perbankan. Hal ini untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan bank. B. Piutang macet, kolektibilitas pelanggan, dll. Oleh karena itu, bank perlu berhati-hati terhadap penyaluran dana yang terdapat di bank. Bank perlu meyakinkan publik tentang kinerja keuangan mereka dengan pendekatan dan hasil mereka. Perbankan perlu mengatur bentuk adanya penghimpunan dan juga kegiatan didalam penyaluran dana yang dapat dilakukan secara seimbang. Bank juga tentunya membutuhkan kekuatan (*power*) didalam kegiatan untuk melakukan pemrosesan pinjaman kredit untuk mengurangi adanya kredit bermasalah yang dapat mempengaruhi keuntungan mereka.

Oleh sebab itu, bentuk adanya dilakukan kegiatan dari riset ini yakni bertujuan agar mengetahuinya pengaruh dari adanya dana pihak yang ketiga, *Non Profit Loan*, Suku Bunga Kredit serta juga PPh Final pada penyaluran kredit Bank Perkreditan Rakyat. Juga dikarenakan ditemukannya perbedaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh (*impact*) antar variabel yang ada tersebut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Dana Pihak Ketiga

Menurut (Nurdiansyah & Mubarakah, 2020) mengatakan bahwa:

“Dana Pihak Ketiga (DPK) ialah dana yang dihipunkannya dari para penduduk maupun masyarakat, yang mana setiap transaksi penarikannya bergantung pada jenis simpanan”. Berdasarkan penjelasan dari pendapatan ahli diatas maka dapat dikatakan bahwa dana pihak ketiga ialah dana yang dititipkan oleh para penduduk ataupun masyarakat terhadap pihak dari bank yang dipercaya baik itu ke dalam wujud giro, tabungan maupun giro tradisional baik syariah maupun tradisional. Sumber pendanaan ini merupakan sumber pendanaan yang penting bagi operasional perbankan, dan jika dapat digunakan untuk menutupi biaya operasional, hal.

Non Profit Loan

Menurut (Pinasti & Mustikawati, 2018) mengatakan bahwa:

“Perbandingan total kredit bermasalah dengan total kredit yang disalurkan ke debitur”

Dari definisi di atas, bisa diambil suatu kesimpulan yakni *non performing loan* (NPL) merupakan kredit yang awalnya diberikan bank kepada debitur namun macet atau bermasalah.

$$NPL = \frac{\text{Kredit Macet} \times 100\%}{\text{Total Kredit}}$$

Suku Bunga Kredit

Menurut (Sari et al., 2021) Suku Bunga Kredit merupakan bobot bunga yang wajib dibayar pelanggan pada tingkatan khusus. Suku bunga biasanya diumumkan dalam persentase. Bunga bisa dimaksud selaku harga yang wajib dibayar bank pada nasabah (yang mempunyai simpanan) serta harga yang wajib untuk dibayarkannya oleh para nasabah pada bank(bila nasabah menerima pinjaman). Suku bunga bisa dibagi menjadi 2, ialah bunga tabungan atau simpanan serta bunga pinjaman.

Bunga deposito dibayarkan oleh bank atas dana yang ditaruh ataupun ditaruh oleh nasabah di bank. Sebaliknya, bunga pinjaman merupakan hadiah yang dialokasikan bank pada peminjam guna pinjaman yang diterimanya. Bagi Investopedia, tarif pinjam meminjam berlaku guna seluruh pihak yang meminjam duit dari bank guna bermacam kebutuhan semacam membeli rumah, modal upaya, ataupun melunasi uang kuliah

PPH Final

Menurut (Kalangi et al., 2018) Pajak adalah pembebanan paksa kepada rakyat lalu disetorkan ke kas negara untuk membayar pengeluaran umum.

Menurut (Lolong et al., 2016) Pajak ialah iuran rakyat ke kas negara didasarkan pada UU (yang dipaksakan) dengan tidaklah memperoleh kontra prestasi yang secara langsung bisa ditujukannya teruntuk pengeluaran umum.

Penyaluran Kredit

Menurut (Sinntha Wahjusaputri, 2018) kredit yang berarti keyakinan. Pemilik uang ataupun materi(kreditur) memberi keyakinan pada pihak peminjam(debitur) guna memakai uang ataupun barangnya sepanjang durasi khusus.

Kredit merupakan sarana finansial yang membolehkan orang ataupun industri guna meminjam duit guna membeli produk serta membayarnya kembali dalam waktu durasi tertentu. UU No. 10 Tahun 1998 yang menyatakan bahwasanya pinjaman ialah pemberian uang ataupun berupa tagihan yang bisa dipersamakannya dengan hal demikian yang didasarkan pada suatu perjanjian maupun perjanjian pinjam meminjam diantara pihak bank kepada pihak yang lainnya, yang mengharuskan peminjam teruntuk dapat membayarkan utang miliknya sesudah jangka waktu secara terkhusus (Wikipedia).

Hipotesis Penelitian

H₁ : Dana Pihak Ketiga terhadap Penyaluran Kredit.

H₂ : *Non Profit Loan* terhadap Penyaluran Kredit.

H₃ : Suku Bunga Kredit terhadap Penyaluran Kredit.

H₄ : PPh Final terhadap Penyaluran Kredit.

H₅ : Dana Pihak Ketiga, *Non Profit Loan*, Suku Bunga Kredit, PPh Final terhadap Penyaluran

III. METODE

Jenis penelitian yang dipergunakan yakni jenis penelitian kuantitatif dengan dilakukannya pendekatan secara deskriptif. Metode penelitian yang digunakannya ini ialah salah satu daripada penelitian yang memiliki spesifikasi yang terencana, sistematis, serta juga terstruktur dengan baik dan juga jelas dari sejak awal sampai dengan pembuatan dari penelitian yang dilakukan.

Menurut Sugiyono (2020,16) mengatakan bahwa:

“Penelitian Kuantitatif ialah sebuah metodologi penelitian yang dilandaskannya oleg filsafat positivisme, dipergunakan teruntuk melakukan riset terhadap suatu populasi maupun sampel secara terkhusus, pengumpulannya data yakni dengan cara mempergunakan instrumen penelitian, analisis data yang memiliki sifat statistik ataupun kuantitatif, yang tujuannya itu ialah teruntuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan”.

Adapun Menurut Sugiyono (2017,35) mengatakan bahwa:

“Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukannya teruntuk mengetahui adanya keberadaan dari variabel mandiri, baik itu hanyalah pada satu variabel

maupun lebih (variabel yang berdirinya secara bebas maupun sendiri) dengan tidaklah membuat perbandingan terhadap variabel itu sendiri serta mencari korelasi terhadap variabel yang lainnya.

Metode pengumpulan informasi yang pengarang maanfaatkan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan guna jalan keluar serta menganalisa kasus yang diajukan dalam riset ini.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- **Uji Koefisien Determinasi (R^2) harus ada parsial dan simultan nya**

Menurut dari (Ghozali, 2018), mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya itu melakukan pengukuran terhadap seberapa jauhnya kemampuan dari model perihal menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ialah antara satu serta juga nol. Nilai dari R^2 yang kecil memiliki artian yakni kemampuan dari tiap-tiap variabel independen perihal memberikan penjelasan terkait dengan variasi variabel dependen yang amat terbatas.

Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.920 ^a	.846	35446717.54000	2.089

a. Predictors: (Constant), PPH, NPL, SKB, DPK

b. Dependent Variable: PK

2. Tabel Uji Hipotesis

- **Uji T**
 - Menurut (Sugiyono, 2017) hipotesis ialah sebuah jawaban atau suatu rumusan sementara tentang suatu perihal yang dibuatnya teruntuk menjelaskan serta bisa mengarahkan maupun menuntun penyelidikan yang berikutnya. Lalu teruntuk melakukan pengujian yang memiliki keterkaitan pada hal koefisien, maka dengan demikian bisa dilakukan pengujian dengan cara melaluinya uji t, penulis menggunakan alat bantu SPSS.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9452778.103	29211894.010		.324	.750
	DPK	.704	.124	.780	5.700	.000
	NPL	8806713.444	10138367.970	.121	.869	.397
	SKB	-1.488	3.252	-.053	-.458	.653
	PPH	.093	.073	.147	1.272	.220

a. Dependent Variable: PK

• **Uji F**

Analisis varian bisa dipergunakan jika varian ketiga kelompok itu ialah homogen. Oleh sebab demikian sebelum dilakukannya analisis varian dipergunakan teruntuk melakukan uji hipotesis, maka daripada demikian perlu untuk dilakukannya uji homogenetis varian lebih dulu dengan uji f.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11773982000000000.000	4	29434954990000000.000	23.427	.000 ^b
	Residual	21359986340000000.000	17	1256469784000000.000		
	Total	139099806300000000.000	21			

a. Dependent Variable: PK

b. Predictors: (Constant), PPH, NPL, SKB, DPK

V. KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu mendapatkan bukti empiris mengenai efek dari dana pihak ketiga, *non profit loan* (NPL), suku bunga kredit serta juga pph final pada penyaluran kredit. Data sampel yang dipergunakan pada riset ini ialah pelaporan keuangan triwulan yang ada pada periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Didasarkan pada hasil analisa serta pembahasan penelitian ini maka daripada itu bisa diambil simpulan, yaitu:

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa terdapat efek dari dana pihak ketiga pada penyaluran kredit. Perihal demikian terbukti bahwasanya dengan adanya dana pihak ketiga berpengaruh secara signifikan pada Penyaluran Kredit. Perihal tersebut juga dibuktikan dengan dana pihak ketiga memiliki nilai $t^{\text{tabel}} 2.110 < t^{\text{hitung}} 5.700$ serta mempunyai tingkat signifikansi yang nilainya itu lebih kecil jika dibanding dengan nilai $\alpha 0.05$ yakni ($0.000 < 0.05$). Yang artinya makin besarnya dana pihak ketiga yang ada pada sebuah bank maka daripada demikian makin besarnya juga penyaluran kredit pada bank.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa tidak terdapat efek *non profit loan* (NPL) pada penyaluran kredit. Hal ini membuktikan bahwasanya *non profit loan* (NPL) tidaklah berpengaruh secara signifikansi pada Penyaluran Kredit. Perihal demikian tersebut dibuktikan dengan *non profit loan*.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh suku bunga kredit pada penyaluran kredit. Perihal tersebut membuktikan bahwasanya suku bunga kredit tidak berpengaruh signifikan terhadap Penyaluran Kredit. Hal tersebut dibuktikan dengan suku bunga kredit memiliki nilai $t^{\text{tabel}} 2.110 > t^{\text{hitung}} -0.458$ serta mempunyai tingkatan signifikansi yang jauh lebih besar jika dibandingkannya dengan nilai $\alpha 0.05$ yakni ($0.653 > 0.05$).
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh pph final pada penyaluran kredit. Perihal demikian membuktikan bahwasanya pph final tidaklah berpengaruh secara signifikansi pada Penyaluran Kredit. Perihal demikian dibuktikannya dengan adanya pph final memiliki nilai $t^{\text{tabel}} 2.110 > t^{\text{hitung}} 1.272$ serta mempunyai tingkatan signifikansi yang jauh lebih besar kalau dibanding dengan nilai $\alpha 0.05$ yakni ($0.220 > 0.05$).
5. Hipotesis kelima menyatakan bahwasanya adanya efek yang terjadi diantara dana pihak ketiga, *non profit loan* (NPL), suku bunga kredit dan pph final pada penyaluran kredit. Perihal demikian terbukti bahwasanya *non profit loan* (NPL), dana pihak ketiga, suku bunga kredit serta juga pph final berpengaruh dengan cara yang simultan pada penyaluran kredit. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan variabel independen yaitu *non profit loan* (NPL), suku bunga kredit dan pph final memiliki nilai $F^{\text{tabel}} 3.592 < F^{\text{hitung}} 23.427$ serta mempunyai tingkatan signifikansi yang jauh lebih kecil daripada nilai $\alpha 0.05$ yakni ($0.000 < 0.05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, P. H. I. (2018). *APLIKASI ANALISI MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25* (9th ed.). BADAN PENERBIT UNDIP.
- Kalangi, F. M., Elim, I., & Mawikere, L. M. (2018). ANALISIS PERHITUNGAN BUNGA TABUNGAN UNTUK MENGHITUNG PPH FINAL PASAL 4 AYAT 2 YANG HARUS DIPOTONG PADA NASABAH BANK SULUTGO CABANG BITUNG. *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 14(1). <https://doi.org/10.32400/gc.13.04.22061.2018>
- Lolong, V. J., Saerang, D. P. E., & Wokas, H. (2016). ANALISIS PERHITUNGAN DAN PELAPORAN PPH FINAL PASAL 4 AYAT 2 ATAS BUNGA DEPOSITO DAN TABUNGAN NASABAH PADA PT. BPR MAPALUS TUMETENDEN CABANG TOMOHON. *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 11(2). <https://doi.org/10.32400/gc.11.2.13056.2016>
- Nurdiansyah, D. H., & Mubarokah, I. (2020). Pengaruh Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Tingkat Non Performing Financing (NPF) terhadap Pembiayaan Murabahah. *Strategic : Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(1).
- Pinasti, W. F., & Mustikawati, R. I. (2018). PENGARUH CAR, BOPO, NPL, NIM DAN LDR TERHADAP PROFITABILITAS BANK UMUM PERIODE 2011-2015. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19365>
- Sari, L., Nurfazira, N., & Septiano, R. (2021). PENGARUH NON PERFORMING LOAN, SUKU BUNGA KREDIT, DAN MODAL BANK TERHADAP PENYALURAN KREDIT PADA PERUSAHAAN PERBANKAN LQ 45. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.611>
- Sinntha Wahjusaputri, T. A. (2018). *Bank Lembaga Keuangan* (2nd ed.). Mitra Wanaca Media.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (D. I. Sutopo (ed.); 1st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (D. I. Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Inti Atap Suksesindo

Yulianti^{1*}, Sonny Santosa²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾ Yuliantilie27@gmail.com

²⁾ Snsantosa@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Kualitas Produk
Promosi
Harga
Keputusan Pembelian

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, promosi serta harga terhadap keputusan pembelian di PT. INTI ATAP SUKESINDO.

Objek pada penelitian ini yakni konsumen PT. INTI ATAP SUKSESINDO. Dasar dari pemilihan sampel ini ialah metode *nonprobability sampling* menggunakan teknik sampel jenuh. Data yang diterapkan didalam penelitian ini yakni data primer, data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagi kepada responden sejumlah 135 responden. Metode analisis yang dipakai ialah regresi linear sederhana serta regresi linear berganda menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)*.

Menurut hasil serta kesimpulan penelitian memperlihatkan bahwasanya: (1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk mempunyai pengaruh sebanyak 31,8% serta sisanya 62,8% di pengaruhi oleh faktor lainnya (2) promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi mempunyai pengaruh sebanyak 26,1% dan sisanya 73,9% di pengaruhi oleh faktor lainnya (3) harga berpengaruh kepada keputusan pembelian, harga mempunyai pengaruh sebanyak 10,8% serta sisanya 13,1% di pengaruhi oleh faktor lainnya (4) kualitas produk, promosi serta lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk, promosi serta harga mempunyai pengaruh sebanyak 96,9% serta sisa nya 3,4% di pengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak bisa dijelaskan didalam penelitian ini.

I. PENDAHULUAN

Bisnis baja di Indonesia berkembang pesat di beberapa tahun terakhir. Dalam situasi ekonomi yang sulit di Indonesia, bisnis industri baja ringan masih dapat bertahan karena semua orang membutuhkan baja tersebut sebagai bahan untuk membuat perumahan. Kelangkaan kayu saat ini merupakan peluang pasar cukup transparan serta merupakan usaha pemerintah menjaga usaha ritel nasional, melalui undang-undang. Investor lokal atau asing mendirikan jaringan bisnis ritel di Indonesia seperti sistem waralaba (*franchise*). Saat ini pelaku ritel asing banyak masuk ke

Indonesia. Hal tersebut adalah suatu tantangan bagi pelaku ritel lokal untuk terus mengembangkan segala keahliannya untuk bersaing dengan pelaku ritel asing, yang bersumber dari bisnis ritel tradisional menjadi modern. Sama dengan PT. INTI ATAP SUKSESINDO ialah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang supplier bahan baku konstruksi yang terfokus dengan bahan baja ringan.

Saat ini terjadi perubahan tren penggunaan material konstruksi seperti beton dan baja untuk rumah. Pada awalnya, orang menggunakan kayu untuk membangun struktur. Namun, mereka telah beralih menggunakan baja ringan untuk meningkatkan daya tahan dan kekuatan bangunan mereka. Hal ini akibat dari langkahnya kayu dan pemakaian kayu sebagai bahan baku yang tidak ekonomis.

Keputusan konsumen didasarkan pada keinginan untuk membeli sesuatu, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk informasi yang tersedia. Faktor-faktor ini juga dapat menyebabkan laba atau margin yang didapatkan melalui pembelian. Faktor-faktor tersebut seperti proses pengambilan konsumen, kualitas produk, dan promosi dari suatu produk tersebut. Prosedur pengambilan keputusan pembelian mengacu dari tindakan yang konsisten serta kebijakan yang diambil guna mencukupi kebutuhannya. Keputusan pembelian ialah keputusan pelanggan terkait apa yang akan dibelinya, seberapa banyak yang akan dibelinya, dimana membeli, serta bagaimana cara membelinya.

Dalam bentuk keputusan pembelian juga terdapat beberapa tahap yang konsumen lakukan seperti membeli atau tidaknya produk tersebut, kemudian jika telah membeli produk apakah pelanggan merasa puas terhadap barang yang dibelinya dan ketika pelanggan telah merasa puas, sehingga besar kemungkinan pelanggan akan membeli produk ditempat yang sama sementara jika tidak puas maka akan pindah ke penjual lainnya.

Kualitas suatu produk adalah suatu bentuk pertimbangan pelanggan didalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk dapat dinilai dari pendistribusian produk, baik dari perusahaan yang bergerak pada bagian manufaktur ataupun dari perusahaan yang bergerak pada bagian produk. Produk berkualitas yang memberikan nilai kepada konsumen dapat menimbulkan respon positif masyarakat.

Promosi adalah praktik bisnis dengan tujuan utama mendidik, meyakinkan, mempengaruhi, dan mengingatkan pelanggan untuk membeli barang perusahaan. Dalam hal tersebut keputusan tentang periklanan, penjualan, kemajuan pribadi, serta publikasi.

Hal ini menuntut masyarakat guna dapat mengetahui secara luas barang pangan baru yang sedang marak di masyarakat melalui media massa. Hal ini sangat dipengaruhi oleh media. Orang-orang dengan serius menawarkan pengamatan mereka yang beragam.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Manajemen adalah suatu prosedur yang melibatkan kumpulan tindakan yang digunakan untuk memilih serta mencapai tujuan yang sudah ditentukan serta memanfaatkannya sumber daya lain ataupun sumber daya manusia.

Berdasarkan pendapat (Hasibuan, 2016:9) menyebutkan bahwasanya :
“Manajemen ialah ilmu ataupun seni mengatur cara memanfaatkan sumber daya manusia serta sumber daya yang lain secara efektif ataupun efisien guna menggapai tujuannya”.

Pemasaran

Berdasarkan pendapat (Sunyoto, 2012:19) menyebutkan bahwasanya :
“Pemasaran ialah suatu aktifitas yang tujuannya guna memenuhi kebutuhan ataupun keinginan pelanggan serta pihak-pihak yang berkepentingan di perusahaan”.
Dengan demikian pemasaran sangatlah penting bagi perusahaan karena melalui aktifitas tersebut dapat memperoleh keuntungan serta menjaga kelangsungan hidup perusahaannya.

Manajemen Pemasaran

Manajemen dan pemasaran adalah dua kata yang membentuk manajemen pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan ekonomi yang bisa membantu menghasilkan nilai ekonomi yang mempengaruhi harga barang ataupun jasa. Manajemen ialah suatu bentuk yang mencakup dari rangkaian aktivitas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, serta pengawasan yang dijalankan guna menggapai sasaran ataupun tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan (Kotler dan Amstrong, 2014:27) menjelaskan yakni :
“Manajemen pemasaran ialah kombinasi seni serta ilmu memilih pasar sasaran ataupun menjalin ikatan yang menguntungkannya”.

Berdasarkan pendapat Boone serta Kurtz yang di kutip oleh (Sudaryono, 2017) menyatakan bahwasanya :

“Manajemen pemasaran yakni bentuk perencanaan, implementasi, penetapan harga, promosi, serta pendistribusian konsep, ide, produk, layanan, bisnis, ataupun acara guna membangun serta memelihara ikatan yang melayani tujuan individu maupun perusahaan”.

Bauran Pemasaran

Berdasarkan pendapat (Alma, 2014:205) menyatakan yakni :

“Bauran pemasaran mencakup teknik mencampurkan aktivitas pemasaran supaya dicari gabungan maksimal sehingga memperoleh hasil yang maksimal”.

Berdasarkan pendapat (Sunyoto, 2012:27) menjelaskan bahwasanya :

“Bauran pemasaran ialah gabungan berdasarkan pada empat elemen pokok yang ada didalam pemasaran bisnis diantaranya product, price, place, promotion”.

Produsen harus mempunyai trik tertentu supaya barang yang dikeluarkan kepada masyarakat bisa laku habis dijual.

Variable Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran mengandung unsur-unsur yang saling bergantung, yang bila digabungkan oleh bisnis dalam menjalankan operasinya, dapat secara signifikan membantu dalam memutuskan strategi pemasaran berbasis 4P. 4P ialah singkatan dari Product, Price, Place, dan Promotion. Keempat faktor tersebut dijelaskan dalam paragraf berikut.

1. Produk

Produk yaitu barang ataupun jasa yang dapat diperjualbelikan ke pasar serta bisa memenuhi keinginan ataupun keperluan pelanggan. Konsumen dapat membeli produk tersebut dengan melihat ciri-ciri nya terlebih dahulu mulai dari mutu, penampilan, variasi, merek, pengemasan, ukuran, jaminan, serta pelayanannya.

2. Harga

Harga yaitu nilai tukar yang dapat diperoleh dari barang atau jasa dan merupakan komponen penting dari strategi pemasaran. Itu harus selalu dilihat dalam kaitannya dengan strategi pemasaran. Efektivitas setiap komponen serta efektivitas keseluruhan bauran pemasaran dipengaruhi oleh harga.

3. Tempat atau Saluran Distribusi

Salah satu unsur yang mempengaruhi keberhasilan pemasaran suatu perusahaan adalah pemilihan lokasi usaha yang strategis. Jalur atau rute yang digunakan oleh barang saat mereka melakukan perjalanan dari produsen ke konsumen dikenal sebagai saluran distribusi. Tempat adalah kegiatan usaha yang menghasilkan barang untuk konsumen yang dituju. Tempat dipandang sangat penting karena jelas dan diketahui banyak orang ketika konsumen membutuhkan produk yang diberikan oleh perusahaannya.

4. Promosi

Promosi ialah seni untuk membujuk konsumen ataupun calon pelanggan guna membeli lebih banyak barang perusahaan. Tujuan dari promosi adalah untuk berkomunikasi dengan serta mengimbuai calon pelanggan untuk membeli produk perusahaan.

Konsep Pemasaran

Dilihat dari konsep pemasaran, mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan pasar sasaran ataupun memuaskannya secara lebih efektif serta efisien dibandingkan pesaing (*competitor*) ialah kunci untuk mencapai tujuan perusahaan. Target pasar, kebutuhan pelanggan, pemasaran, dan profitabilitas membentuk empat pilar yang mendukung konsep pemasaran ini.

Konsep pemasaran berfungsi sebagai dasar untuk semua upaya pemasaran. Landasan untuk menjalankan inisiatif pemasaran organisasi dalam pemasaran adalah tujuh konsep, yakni:

1. Konsep Produksi
2. Konsep Produk
3. Konsep Penjualan
4. Konsep Pemasaran
5. Konsep Pemasaran Sosial
6. Konsep Pemasaran Global
7. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup bagian terpenting dari upaya ditiap perusahaan untuk persaingan antar pengusaha yang ditawarkan kepada konsumen. Beberapa orang berpikir bahwa barang mahal adalah produk berkualitas tinggi, namun pelanggan sering ingin mendapatkan barang berkualitas tinggi dengan harga yang mereka bayarkan. Jika perusahaan berhasil dalam hal ini, dapat terus memuaskan konsumen dan meningkatkan jumlah konsumen.

Berdasarkan pendapat (Kotler dan Armstrong, 2014) kualitas produk memiliki 9 dimensi seperti berikut:

1. Bentuk
2. Ciri-ciri produk
3. Kinerja
4. Ketepatan atau kesesuaian
5. Daya tahan
6. Keandalan
7. Kemudahan perbaikan
8. Gaya
9. Desain

Promosi

Berdasarkan pemikiran (Kotler *et al.*, 2018) menyatakan bahwa :

“Promosi ialah semua jenis komunikasi yang dimaksudkan guna menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to Persuade*), serta mengingatkan (*to remind*) pasar sasaran terkait barang yang diperoleh oleh bisnis, perorangan ataupun rumah tangga”.

Berdasarkan pemikiran (Hasibuan, 2016) menyatakan bahwasanya :

“Promosi adalah sejenis persuasi langsung yang menggunakan berbagai insentif. Insentif ini dapat digunakan untuk mendorong pelanggan agar segera membeli produk, membeli lebih banyak, dan merasa cukup puas untuk membeli lebih banyak”.

Berdasarkan pendapat (Hernawan dan Andy, 2018) menyebutkan bahwasanya :

“Promosi adalah aktivitas yang memberi penjelasan kepada pihak lainnya guna mempengaruhi minat serta tujuan orang lain”.

berdasarkan (Kotler dan Keller, 2021) bauran promosi mencakup berdasarkan 5 (lima) alat-alat promosi, yakni:

1. Periklanan
2. Promosi penjualan
3. Hubungan masyarakat
4. Pemasaran Langsung
5. Pemasaran dari mulut ke mulut

Promosi juga mempunyai tujuan diantaranya:

1. Memberikan informasi pada pelanggan terkait produk ataupun fitur baru.
2. Mengingatn kepada konsumen dengan merk produk dari perusahaan.
3. Memberi pengaruh (persuading) terhadap konsumen guna membeli suatu barang.

Harga

Berdasarkan pendapat (Kotler dan Amstrong, 2014) menjelaskan bahwasanya :

“Harga ialah jumlah uang yang dipertukarkan oleh pelanggan dalam pertukaran untuk barang atau jasa guna mendapat keuntungan dari memiliki ataupun menggunakannya”.

Menurut (Dinata *et al.*, 2019) mengatakan bahwa :

“Harga yaitu hubungan antara pengertian nilai serta kegunaannya. Nilai yaitu ukuran jumlah yang ditawarkan satu barang ketika ditukarkan dengan yang lainnya. Sementara kegunaan ialah sifat suatu barang yang memberi tingkat kepuasan tertentu kepada pelanggan”.

Konsumen memperhitungkan harga ketika menentukan apakah akan membeli suatu produk. Konsumen akan mengevaluasi apakah harga wajar mengingat nilai produk dan pengeluaran yang diperlukan setelah membandingkan biaya berbagai produk yang diminati.

Berdasarkan pendapat (Kotler dan Amstrong, 2014), terdapat empat indikator yakni:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga terhadap kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga terhadap pemanfaatan produk

Keputusan Pembelian

Cara kognitif yang menggabungkan memori, pemikiran, pemrosesan informasi, serta penilaian evaluatif adalah keputusan konsumen. Ketika memilih untuk membeli barang yang mereka yakini akan tepat dengan keinginannya, seseorang melewati sejumlah proses kognitif.

Menurut (Kotler dan Amstrong, 2014) keputusan pembelian mempunyai dimensi seperti dibawah ini:

1. Pilihan produk

2. Pilihan Merek
3. Pilihan Penyalur
4. Waktu dan Jumlah Pembelian
5. Metode Pembayaran

III. METODE

Jenis Penelitian

Pada pendekatannya riset ini memakai jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni penelitian yang mengukur variabel-variabel yang diteliti dengan angka serta menganalisis data berdasarkan prosedur statistik.

Objek Penelitian

Pada riset ini objek penelitiannya yaitu konsumen pada PT. INTI ATAP SUKSESINDO.

Jenis Data

Peneliti menerapkan jenis data primer yaitu mengumpulkan data baru yang belum diolah oleh peneliti dalam bentuk kuesioner. Data sekunder mencakup data yang didapat dari pihak lainnya, diolah, serta dipublikasi guna keperluan tertentu sebagai data penelitian yang digunakan oleh peneliti bersangkutan.

Populasi

Berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2017) populasi ialah wilayah generalisasi yang meliputi dari objek ataupun orang yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis guna membuat kesimpulan darinya. Pada riset ini populasi sejumlah 135 konsumen PT. INTI ATAP SUKSESINDO periode bulan januari- mei 2022.

Sampel

Berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2017) sampel mencakup sebagian atas jumlah ataupun karakter yang dimiliki oleh populasi itu. Sampel riset ini memakai teknik *random sampling*. Besarnya populasi pada penelitian yang dilaksanakan serta waktunya yang terbatas yang dimiliki peneliti sehingga sampelnya ialah seluruh jumlah populasi yaitu sebanyak 135 orang yang merupakan konsumen PT. INTI ATAP SUKSESINDO.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data termasuk salah satu cara yang diterapkan oleh peneliti guna memperoleh informasi yang bersangkutan dengan hal yang ditelitinya. Teknik pengumpulan data yang peneliti dipakai yakni lewat penyebaran kuesioner, wawancara, observasi, serta penelitian kepustakaan.

IV. HASIL

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2) Parsial

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.313	2.738

- a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data *software SPSS version 20*

Nilai R Square ialah nilai koefisien Determinasi/KD (R^2) yang menjelaskan seberapa bagusnya model regresi yang ditetapkan oleh interaksi variable independent (X1) serta variable dependen (Y). Pada Tabel diatas variabel kualitas produk (X1) terdapat nilai R Square 0.318 maka bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variable independent (X1) mempunyai pengaruh kontribusi sebanyak 31,8% terhadap variable dependen (Y). Selisihnya dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar variable penelitian.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.511 ^a	.261	.256	2.850

- a. Predictors: (Constant), Promosi
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data *software SPSS version 20*

Nilai R Square ialah nilai koefisien Determinasi/KD (R^2) dengan menjelaskan seberapa bagusnya model regresi yang ditetapkan oleh interaksi variable independent (X2) serta variable dependen (Y). Pada Tabel diatas variabel promosi (X2) terdapat nilai R Square 0.261 maka bisa ditarik kesimpulan yakni variabel independent (X2) mempunyai pengaruh kontribusi sebanyak 26,1% terhadap variable dependen (Y). Selisihnya di pengaruhi dari faktor lainnya diluar variable penelitian.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.869	.868	1.198

- a. Predictors: (Constant), Harga
 b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data *software SPSS version 20*

Nilai R Square ialah nilai koefisien Determinasi/KD (R^2) dengan menjelaskan seberapa bagusnya model regresi yang ditetapkan oleh interaksi variable independent (X3) serta variable dependen (Y). Pada Tabel diatas variabel harga (X3) terdapat nilai R Square 0.869 maka bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel independent (X3) mempunyai pengaruh

kontribusi sebanyak 86,9% terhadap variable dependen (Y). Selisihnya dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar variable penelitian.

2. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.973	.837		2.356	.020
1 Kualitas_Produk	.198	.049	.235	4.013	.000
Promosi	.031	.049	.036	.629	.530
Harga	.033	.030	.838	4.609	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data *software* SPSS *version* 20

Variabel Y (keputusan membeli) akan bertambah sebanyak 0,198 ketika variable X1 (kualitas produk) tumbuh sebanyak 1 poin, sebesar 0,031 ketika variabel X2 (promosi) meningkat sebesar 1 poin, dan sebesar 0,033 ketika variabel X3 (harga) meningkat sebesar 1 poin. Untuk nilai constant sebanyak 1,973 menjelaskan bahwasanya jika tidak terjadinya kenaikan point di antara variable X1, X2 ataupun X3 sehingga variable keputusan pembelian ada dinilai 1,973.

3. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1272.033	1	1272.033	885.951	.000 ^b
Residual	190.959	133	1.436		
Total	1462.993	134			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant),Promosi, Harga, Kualitas Produk

Sumber : Hasil Pengolahan Data *software* SPSS *version* 20

Dilihat dari penjelasan diatas, bisa diidentifikasi bahwasanya nilai Fhitung (885,951) > Ftabel (2,67) serta probabilitas 0,000 < 0,05 sehingga bisa ditarik kesimpulan yakni Ho ditolak sedangkan Ha diterima dalam artian adanya pengaruh secara simultan ataupun bersamaan antara kualitas produk, promosi serta harga terhadap putusan pembelian.

V. KESIMPULAN

1. Kualitas produk berpengaruh secara positif serta signifikansi terhadap keputusan pembelian di PT. INTI ATAP SUKSESINDO, dikarenakan kualitas produk mempunyai nilai t hitung sebanyak 7,811 yang signifikansinya 0,000 yang sangat kecil dari 0,05 serta Hasil

perhitungan konfisien determinasinya (R²) sebanyak 0,318 ataupun 31,8% yang berarti kualitas produknya mempunyai pengaruh sebanyak 31,8% serta sisanya 68,2% di pengaruhi dari faktor lainnya yang tidak bisa diperjelaskan dari penelitian ini.

2. Promosi berpengaruh secara positif serta signifikansi terhadap keputusan pembelian di PT. INTI ATAP SUKSESINDO, sebab promosi mempunyai nilai t hitung sebanyak 6,862 yang signifikansinya 0,000 yang sangat kecil dari 0,05 serta Hasil perhitungan konfisien determinasinya (R²) sebanyak 0,261 ataupun 26,1% yang berarti promosi mempunyai pengaruh sebanyak 26,1% serta sisanya 73,9% di pengaruhi dari faktor lainnya yang tidak bisa dijelaskan dari riset ini.
3. Harga berpengaruh secara positif serta signifikansi terhadap keputusan pembelian di PT. INTI ATAP SUKSESINDO, dikarenakan harga mempunyai nilai t hitung sebanyak 29,765 yang signifikansinya 0,000 yang sangat kecil dari 0,05 serta Hasil perhitungan konfisien determinasinya (R²) sebanyak 0,869 ataupun 86,9% yang berarti harga mempunyai pengaruh sebanyak 10,8% serta sisanya 13,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak bisa dijelaskan dari riset ini.
4. Kualitas produk, promosi, serta harga berpengaruh secara positif serta signifikansi terhadap keputusan pembelian di PT. INTI ATAP SUKSESINDO, dikarenakan mempunyai nilai f hitung sebanyak 885,951 yang tingkat signifikansinya 0,000 yang sangat kecil dari 0,05. Hasil perhitungan konfisien determinasinya (R²) sebanyak 0,966 ataupun 96,6% yang berarti kualitas produk, promosi serta harga mempunyai pengaruh sebanyak 96,9% serta sisanya 3,4% di pengaruhi dari faktor yang lainnya yang tidak bisa diperjelaskan dari riset ini.

Saran

1. Pada variabel kualitas produk yang dimiliki oleh PT. INTI ATAP SUKSESINDO sekarang telah lumayan baik, serta kedepannya PT. INTI ATAP SUKSESINDO harus mampu menjaga serta meningkatkannya kualitas produk yang dimilikinya sekarang ini supaya meningkatkannya suatu keputusan pembelian di PT. INTI ATAP SUKSESINDO.
2. Pada variable promosi yang dimiliki oleh PT. INTI ATAP SUKSESINDO saat ini telah cukup baik, serta seterusnya PT. INTI ATAP SUKSESINDO wajib memperhatikan promosi yang di sudah dibuatnya sejalan pada situasi yang ada, wajib mengurangi kekecewaan pelanggan. Hal tersebut bisa meningkatkannya suatu keputusan pembelian di PT. INTI ATAP SUKSESINDO.
3. Pada variabel harga yang dimiliki oleh PT. INTI ATAP SUKSESINDO sekarang sudah cukup baik. Tetapi PT. INTI ATAP SUKSESINDO harus tetap menjaga nilai harga supaya tidak terjadinya hal-hal yang tidak harapkan oleh pelanggan, hal itu bisa meningkatkannya suatu keputusan pembelian.
4. Menambahkan variabel-variabel lainnya yang bisa memberi kontribusi atas peningkatan keputusan pembelian misalnya kualitas pelayanan, lokasi, citra merk, loyalitas merk, personal selling, brand awareness, serta yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta. Anugraha, W., dan Sitohang, S.(2015). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 4, No 10. *Jurnal EMBA* Vol, 2(3), 1550–1562.
- Dinata, V. V. *et al.* (2019). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air

- Mineral Le-Minerales pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 1–9.
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Hernawan, E., dan Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 1–8.
- Kotler, P. et al. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson Harlow.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2014). Prinsip-prinsip Manajemen Edisi 14, Jilid 1. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*. Erlangga.
- Sudaryono, D. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, Depok.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225, 87.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, cetakan pertama*. Yogyakarta: CAPS.

Analisis *Market Orientation*, *Networking*, Dan *Customer Review* Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pengguna CCTV di Wilayah Tangerang

Dony Suyanto^{1)*}, Agustinus Priyowidodo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾dsuyanto01@gmail.com

²⁾agustinus.proyowidodo@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Market Orientation
Networking
Customer Review
Minat Beli

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *market orientation*, *networking*, dan *customer review* dalam meningkatkan minat beli konsumen CCTV di wilayah Tangerang. Penulis menyebarkan 50 kuesioner ke responden dengan menggunakan metode pengambilan sampel *purposive sampling* dan metode analisis statistik deskriptif untuk mendapatkan hasil jawaban kuesioner berupa data yang akan diolah menggunakan SPSS versi 25.

Hasil regresi linier berganda didapat jika *market orientation* (X1) bernilai -0.8087 berarti tidak berpengaruh terhadap variabel minat beli (Y), untuk nilai *networking* (X2) yaitu 0.566 dan *customer review* (X3) adalah 0.345 berarti kedua variabel X2 dan X3 berpengaruh terhadap variabel minat beli (Y). Dalam uji koefisien determinasi besarnya pengaruh setiap variabel X1,X2,X3 kepada Y dengan nilai *adjusted R square* sebesar 0.674 (67.4%).

Berdasarkan uji parsial t, nilai thitung pada *market orientation* $-0.801 < 2.014$ artinya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X1 dengan Y, thitung pada *networking* 3.675 dan thitung pada *customer review* 2.394 yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel X2 dan X3 dengan Y. Sedangkan nilai dari uji f didapat bahwa $34.731 > 2.57$ artinya H4 diterima dan terdapat pengaruh signifikan antara X1,X2,X3 dengan Y.

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan tingginya antusias penggunaan internet dan perkembangan teknologi yang semakin canggih pada saat ini, memberikan kesempatan bagi pengusaha untuk secara luas memasarkan suatu produk yang ingin ditawarkan kepada masyarakat dengan mudah. Pengusaha dapat memasarkan produk dan jasa nya melalui media internet yang dapat disebut *E-Marketing*.

Dalam upaya meningkatkan penjualan dan memikat calon konsumen baru, maka pengusaha harus bisa memanfaatkan teknologi internet dan aktif dalam penggunaan *E-Commerce*. Dalam dunia bisnis, *E-Commerce* dapat disebut juga sebagai jembatan penghubung antara penjual dengan pembeli melalui perantara jaringan internet. Artinya, dengan adanya *E-Commerce* transaksi jual-beli dapat dilakukan dengan mudah oleh kedua pihak. Dalam sudut pandang konsumen, mereka tidak perlu membuang-buang waktu dalam mencari produk yang dibutuhkan karena mereka dapat mencari nya dengan memanfaatkan adanya *E-Commerce*. Dalam sudut pandang pengusaha, ada nya *E-Commerce* membantu pengusaha dalam memasarkan produk dan jasa nya secara bersamaan dimanapun dan kapanpun serta tidak mewajibkan pengusaha untuk selalu memiliki kantor yang tersedia selama 24 jam.

Berkembangnya teknologi serta penggunaan internet juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mencari produk sesuai dengan yang mereka inginkan tanpa harus mengunjungi suatu tempat. Konsumen akan dengan mudah mendapatkan dan menilai mengenai produk yang akan dicari dengan penggunaan *E-Commerce*.

Penggunaan teknologi yang semakin pesat di hampir semua sektor, akan menimbulkan dampak yang positif dan negatif bagi para penggunanya. Salah satu dampak positif yang dapat dilihat yaitu munculnya produk-produk

elektronik terbaru dan semakin canggih yang dapat menjangkau keinginan para konsumen. Dampak negatif yang ditimbulkan dari perkembangan teknologi serta penggunaan internet yang tinggi yaitu meningkatnya juga angka kejahatan yang timbul dikalangan masyarakat sehingga menurunnya rasa aman dan nyaman bagi masyarakat dalam menjalankan kegiatan sehari-harinya. Rasa aman dan nyaman merupakan hal terpenting dalam menjalankan kegiatan sehari-hari karena akan berdampak terhadap hasil dari kegiatan tersebut. Untuk meningkatkan rasa aman dan nyaman dalam menjalankan kegiatan sehari-hari dapat terpenuhi dengan menggunakan alat elektronik berbasis tinggi yaitu CCTV (*Circuit Closed Television*). CCTV dapat membantu konsumen dalam mengurangi angka tindakan kejahatan yang ada di area sekitar dengan sistem kerja yang memantau dan mengawasi setiap pergerakan selama 24 jam. Pengguna CCTV tentu tidak lagi harus merasakan cemas dan khawatir dalam melakukan kegiatan nya sehari-hari karena mereka akan dibantu oleh CCTV dalam mengawasi area sekitar lingkungan.

Dikutip melalui (Dicky Kurniawan, 2020) menjelaskan bahwa CCTV merupakan alat elektronik berbasis tinggi yang ditemukan oleh Walter Bruch yang berasal dari Jerman. Sejak tahun 1942, dikembangkan oleh Siemens AG yang saat itu digunakan untuk memastikan tidak ada terjadi kesalahan dan untuk menghindari antusiasme dari warga Jerman agar terhindar dari peluncuran roket.

Pada tahun 1947, Amerika Serikat mulai menggunakan CCTV yang dipasang pada setiap jalan dan ruang publik untuk memantau tindakan kejahatan di New York yang saat itu tingkat kejahatannya besar. Amerika Serikat meyakini bahwa penggunaan CCTV memberikan manfaat untuk mencari bukti-bukti tindakan kejahatan disetiap kotanya serta memudahkan polisi setempat dalam mencari informasi mengenai pelaku. Setelah itu, tepatnya pada tahun 1960 pemerintah Inggris juga mulai memasang CCTV di setiap area publik yang bertujuan agar polisi dapat terus memantau keadaan masyarakat yang sedang berdemonstrasi kepada kerajaan Inggris. Namun CCTV yang digunakan masih menggunakan CCTV dengan resolusi terendah sehingga hasil rekaman sangat buruk dan penggunaan CCTV memerlukan terlalu banyak monitor karena sistem yang digunakan yaitu 1 kamera dengan 1 monitor.

Di Indonesia, alat elektronik berbasis tertinggi CCTV dikenal sejak tahun 1995 yang digunakan untuk mengawasi setiap area perkantoran. Sementara pemerintah dan kepolisian Indonesia mulai menggunakan CCTV sejak tahun 2004 yang dipasang di setiap area publik dan jalanan untuk mengawasi setiap tindakan kejahatan yang muncul di Indonesia. Saat ini, banyak masyarakat luas yang sudah menggunakan CCTV untuk mengawasi area perkantoran atau mengawasi area lingkungan rumah. Penggunaan CCTV pada saat ini merupakan penggunaan CCTV dengan sistem kerja yang paling baik dengan resolusi 2Mp sampai 5Mp bahkan telah banyak produk-produk baru bermunculan yang sudah lebih canggih dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Salah satu contoh perkembangan teknologinya yaitu munculnya sistem 1 monitor yang dapat mengawasi minimal 4 kamera dan maksimal 32 kamera sekaligus, serta muncul produk kamera yang tetap memberikan warna asli dilingkungan tersebut walaupun dalam keadaan gelap dan muncul juga produk kamera yang sudah bisa menggunakan suara.

Penggunaan CCTV yang semakin marak di Indonesia membuat perusahaan melihat suatu kesempatan yang baik untuk mengembangkan bisnisnya di bidang elektronik. Perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya dengan cara menerapkan *Market Orientation*, yang bertujuan untuk mengetahui produk yang diinginkan oleh konsumen di berbagai kalangan.

Menurut Rod B. McNaughton (2005) dalam penelitian (Fatonah, 2009) mengatakan bahwa orientasi pasar merupakan tindakan perusahaan dalam budaya organisasional dengan memfokuskan terhadap keinginan pasar yang bertujuan untuk membantu perusahaan dalam hal meningkatkan strategi kepada konsumen serta dapat meningkatkan penjualan produk dan meminimalisir ancaman yang akan datang.

Sementara itu, Narver dan Slater (1990) dalam buku (Wijaya & MH, 2020, p. 32) mengartikan bahwa orientasi pasar adalah penciptaan nilai yang superior bagi pelanggan (konsumen) agar mendapatkan hasil yang sangat performa dengan menggunakan cara yang efektif dan efisien yaitu memunculkan perilaku yang diinginkan oleh konsumen.

Oleh karena itu, hal terpenting dalam orientasi pasar yaitu orientasi terhadap konsumen dan pesaing terlebih dahulu. Penilaian terbaik dari konsumen terhadap perusahaan akan menghasilkan koneksi yang bagus dan membuka jalan untuk dapat mempromosikan produk-produk ke masyarakat yang lebih luas. Konsumen yang nyaman dan percaya terhadap perusahaan tentu akan merekomendasikan perusahaan tersebut kepada para pengguna CCTV lain untuk berlangganan dan menggunakannya. Koneksi dan hubungan yang baik dengan konsumen tentu akan memudahkan konsumen dalam hal persaingan dengan perusahaan lain. Perusahaan akan lebih mudah memenangkan persaingan karena kunci dasar dalam persaingan sudah dikuasai dan didapatkan oleh perusahaan tersebut yaitu memiliki kedekatan dengan konsumen. Selanjutnya, perusahaan harus melakukan *customer review* untuk menarik calon konsumen baru dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen/pelanggan lainnya. *Customer review* perlu dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui keinginan setiap konsumennya dalam setiap bulan atau tahunnya.

Perusahaan harus dengan cepat mengevaluasi kinerja dan setiap produknya agar konsumen tetap percaya dan terus berlangganan.

Tujuan Penelitian :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Market Orientation* terhadap Minat Beli konsumen produk CCTV di Wilayah Tangerang
2. Untuk mengetahui pengaruh *networking* terhadap minat beli konsumen produk CCTV di Wilayah Tangerang
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Customer Review* terhadap Minat Beli konsumen produk CCTV di Wilayah Tangerang
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *Market Orientation*, *Networking*, dan *Customer Review* terhadap Minat Beli konsumen produk CCTV di Wilayah Tangerang

II. TINJAUAN PUSTAKA

Market Orientation

Dalam literatur pemasaran dan literatur substansial perusahaan perlu menerapkan orientasi pasar. Orientasi pasar sangat berkontribusi untuk daya saing perusahaan melalui inovasi. Dalam melakukan orientasi pasar, perlu memiliki kemampuan dalam menghasilkan dan memahami informasi dari pasar. Dalam konsep pemasaran perusahaan yang bertujuan untuk menggapai pencapaian tertentu dapat dinilai melalui tingkat pemahaman perusahaan dalam memahami keinginan konsumen dan menyediakan segala kebutuhan konsumen melebihi para perusahaan pesaing. Berdasarkan penelitian Kohli dan Jaworski, 1990; Kyriazis, 2004 dalam buku (Wijaya & MH, 2020, p. 27) mengatakan bahwa Orientasi Pasar ialah proses menciptakan intelegensi yang dilakukan oleh perusahaan guna memunculkan inovasi terbaru mengenai kebutuhan konsumen baik sekarang ataupun di masa yang akan datang, hasil dari intelegensi pasar tersebut berisi tentang data informasi dari berbagai bidang di perusahaan yang harus diiringi dengan respon yang baik mengenai data informasi tersebut.

Networking

Networking memiliki berbagai arti yang luas, dapat berupa jaringan pada suatu internet atau komputer. Namun, dalam hal bisnis *networking* juga memiliki arti yang berbeda yang dapat dijadikan sebagai sebuah patokan pada perusahaan dalam membangun relasi yang baik dengan perusahaan lain, para pesaing, konsumen ataupun orang lainnya. Perusahaan yang baik tentu akan menerapkan *networking* disetiap strateginya. Secara tidak sadar, perusahaan yang ingin berkembang maju dan ingin memiliki wawasan yang luas tentu akan menerapkan *networking* disetiap strateginya agar memudahkan perusahaan dalam menyebarluaskan perusahaannya. Menurut Anderson dalam (Trihudiyatmanto, 2019) melalui penelitian (Rifqi, 2019) menjelaskan bahwa *Networking* dalam berbisnis memiliki arti hubungan bisnis yang terbentuk dari satu jaringan atau lebih.

Customer Review

Customer review dapat membantu calon konsumen dalam hal pengambilan keputusan sebelum membeli suatu produk. Konsumen akan mencari tahu produk yang akan dibeli dan membaca mengenai kelebihan dan kekurangan produk tersebut dari review yang telah dilakukan oleh konsumen lain yang sudah menggunakan produk tersebut terlebih dahulu. Konsumen akan selalu mempertimbangkan produk satu dengan produk lainnya baik dari segi kualitas maupun harga sebelum pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut. Menurut Iduozee pada penelitian (Melati dan Dwijayanti, 2020) lalu dikembangkan oleh (Amitha, 2021) menjelaskan bahwa *Customer Review* merupakan ulasan dari para konsumen mengenai suatu produk yang ditujukan kepada perusahaan/penjual yang dimaksudkan agar perusahaan/penjual dapat segera mengevaluasi produk tersebut menjadi lebih baik, agar calon konsumen lain merasa yakin ketika akan membeli produk di toko perusahaan/penjual tersebut.

Minat Beli

Menurut Kotler dan Keller (2009:15) pada penelitian (Bonita, 2015) mengatakan bahwa Minat Beli ialah sikap yang timbul dari seorang konsumen yang berkeinginan untuk menggunakan atau memiliki suatu produk berdasarkan kebutuhan dan berencana untuk membeli produk tersebut.

III. METODE

Tujuan dalam melakukan penelitian ini untuk menjelaskan tentang metode apa yang digunakan saat penelitian untuk mendapatkan data mengenai pengaruh *Market Orientation*, *Networking*, dan *Customer Review* terhadap Minat Beli. Pendekatan yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian deskriptif.

Populasi

Menurut (Martono, 2010, p. 76) menjelaskan bahwa Populasi merupakan seluruh objek yang ada pada suatu wilayah yang memiliki kriteria tertentu dan memiliki hubungan dengan penelitian. Populasi yang digunakan pada penelitian ini melibatkan calon pengguna dan pengguna CCTV di wilayah Tangerang dengan jumlah kurang lebih 980 orang.

Sampel

Menurut (Martono, 2010, p. 76) mendefinisikan sampel adalah objek yang akan diteliti dalam keadaan tertentu yang berjumlah lebih sedikit dari populasi, karena sampel termasuk kedalam bagian dari populasi.

Dalam menentukan sampel, terdapat rumus yang menjadi salah satu acuan sebagai berikut :

Menurut (Riduwan, 2005) menjelaskan bahwa rumus menentukan sampel ialah :

$$n = N(d)+1$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = Populasi

d = nilai presisi

TABEL 1

DESKRIPSI DATA RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-Laki	26	52%
Perempuan	24	48%
Total	50	100%

TABEL 2
DESKRIPSI DATA RESPONDEN BERDASARKAN USIA

Usia	Responden	Persentase
< 17 Tahun	2	4%
18 – 30 Tahun	28	56%
31 – 40 Tahun	10	20%
41 – 50 Tahun	7	14%
>51 Tahun	3	6%
Total	50	100%

TABEL 3
DESKRIPSI DATA RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN

Pekerjaan	Responden	Persentase
Wirausaha	9	18%
Wiraswasta	37	74%
PNS	2	4%
Ibu Rumah Tangga	2	4%
Total	50	100%

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan ialah dengan studi pustaka, *e-book*, jurnal, buku pada perpustakaan dan melalui kuesioner.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

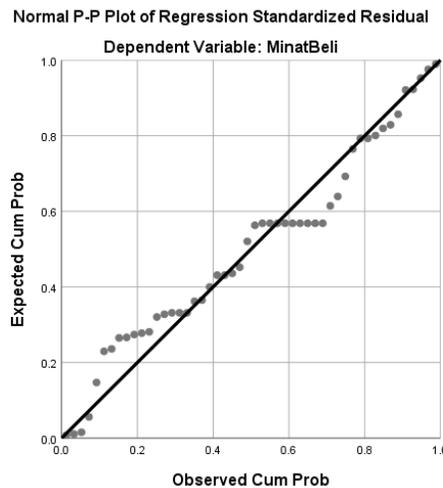
Fungsi uji validitas adalah sebagai tolak ukur dalam sebuah kuesioner untuk menentukan valid atau tidak. Menurut (Sinambela, 2021) mengatakan bahwa Validitas adalah penelitian yang dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Rumus yang digunakan dalam uji validitas yaitu apabila jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Menurut (Sinambela, 2021, p. 267) mengatakan bahwa Reliabilitas adalah tolak ukur yang digunakan oleh instrumen pengukuran sehingga mendapatkan suatu nilai yang akurat, tepat, serta teliti. Menurut Stanisless S. Uyanto dalam penelitian (Suhendri, 2019) mengatakan bahwa nilai standar yang dapat diterima dalam sebuah uji reliabilitas yaitu bernilai 0.70% atau lebih.

Uji Normalitas

Menurut (Hadi, 2011) dalam jurnal (Sukestiyarno & Agoestanto, 2017) mengatakan bahwa Uji Normalitas perlu dilakukan sebagai salah satu syarat agar hasil penelitian dapat terpenuhi dalam hal representatif sehingga dapat mewakili populasi yang ada. Apabila data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal, maka hal yang perlu dilakukan agar data berdistribusi normal yaitu dengan memberikan variabel Y tambahan.



Gambar 1
Uji Normalitas Data Normal PP-Plot

Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2007) dalam buku (Sinambela, 2021, p. 433) mengatakan bahwa Uji Multikolinieritas adalah uji data yang dilakukan untuk melihat apakah setiap variabel independen menghasilkan suatu korelasi atau tidak, apabila setiap variabel independen saling berkorelasi maka hal tersebut dapat dikatakan tidak orthogonal. Agar dapat mengetahui penelitian tersebut dapat terjadi multikolinieritas atau tidak dapat dilihat dari nilai VIF (*value inflation factor*), jika nilai yang dihasilkan $VIF > 10$ maka penelitian tersebut dapat terjadi multikolinieritas dan sebaliknya apabila $VIF < 10$ maka penelitian tersebut tidak terdapat multikolinieritas.

TABEL 4
HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

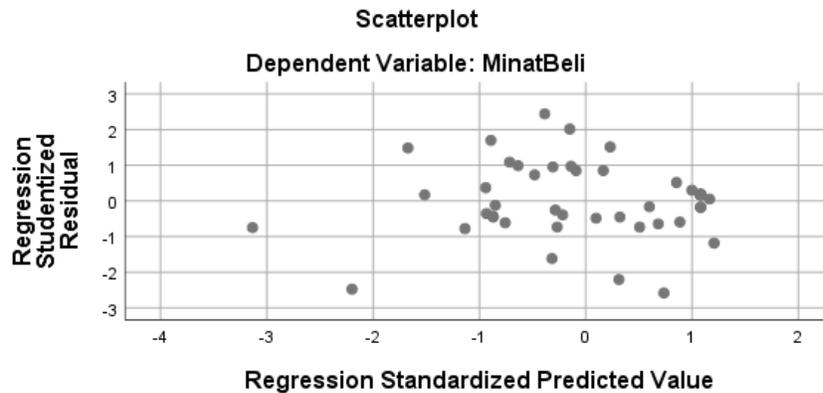
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	OrientasiPasar	.550	1.818
	Networking	.278	3.595
	CustomerReview	.297	3.368

a. Dependent Variable: MinatBeli

Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018:120) dalam jurnal (Cut, 2021) mengatakan bahwa tujuan dari melakukan Uji Heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain apakah dapat terjadi model regresi yang menimbulkan ketidaksamaan variance atau tidak.



Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Menurut (Santosa & Ashari, 2005) dalam buku (Sinambela, 2021, p. 436) mengatakan bahwa Uji Autokorelasi berguna untuk melihat korelasi apakah variabel dependen berhubungan (berkorelasi) dengan variabel itu sendiri. Arti dalam korelasi yaitu bahwa variabel dependen harus dipastikan tidak berhubungan dengan variabel dependen itu sendiri.

Uji Regresi Linier Berganda

(Sugiyono, 2017:275) menjelaskan dalam buku “Statistika Untuk Penelitian” kemudian di kembangkan oleh (Fathony & Wulandari, 2020) mengatakan bahwa fungsi dari Analisis Regresi Linier Berganda yaitu untuk dapat memperkirakan naik atau turun nya keadaan dari variabel independen itu sendiri. Apabila terdapat lebih dari 2 (dua) variabel independen sebagai faktor predictordimanipulasi (nilai yang dinaikan atau diturunkan). Menurut (Suharyadi dan Purwanto, 2004:509) dalam buku (Sinambela, 2021) Persamaan dalam regresi dapat dirumuskan sebagai berikut : $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$

TABEL 5
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
	B	Std. Error	d Coefficients Beta		
(Constant)	8.298	3.986		2.082	.043
OrientasiP asar	-.087	.109	-.088	-.801	.427
Networkin g	.566	.154	.569	3.675	.001
Customer Review	.345	.144	.359	2.394	.021

a. Dependent Variable: MinatBeli

Uji Koefisien Determinasi

Menurut (Sugiyono, 2016, p. 139) mengatakan bahwa Koefisien Determinasi adalah suatu alat ukur untuk sebuah prediksi mengenai garis regresi dengan data sampel memiliki nilai yang tepat atau tidak. Rumus Uji Koefisien Determinasi yaitu $Kd = r^2 \times 100\%$, agar dapat megkuadratkan Koefisien Determinasi perlu mencari tahu nilai dari koefisien korelasi nya.

Uji T (Parsial)

Menurut (Sinambela, 2021, p. 442) mengatakan bahwa fungsi dalam melakukan Uji Parsial T adalah untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak antara variabel independen dengan variabel Setelah mengetahui adanya pengaruh atau tidak dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen maka dapat diambil kesimpulan mengenai H_0 ditolak atau diterima dan H_a ditolak atau diterima pada rumus hipotesis. Rumus yang dilakukan untuk pengujian Uji Parsial T adalah :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Uji F (Simultan)

Menurut (Sinambela, 2021, p. 444) mengatakan bahwa Uji f (uji simultan) berfungsi untuk melihat sejauh mana setiap variabel independen dapat berpengaruh secara bersama terhadap variabel dependen. Tingkat kesalahan pada koefisien regresi variabel independen bernilai $\alpha = 5\%$. Rumus dalam melakukan Uji F Simultan adalah

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

IV. HASIL

1. Uji Koefisien Determinasi

TABEL 6
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b					Change Statistics			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
.833 ^a	.694	.674	2.89507	.694	34.731	3	46	.000

a. Predictors: (Constant), Online Customer Review, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli

Diketahui koefisien *adjusted R Square* 0.674 atau 67.4%. Artinya, besarnya pengaruh variabel *customer review*, *networking*, *customer review* terhadap variabel minat beli yaitu 0.674 atau 67.4%.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T (Parsial)

TABEL 7
HASIL UJI T (PARSIAL)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.298	3.986		2.082	.043
	OrientasiPasar	-.087	.109	-.088	-.801	.427
	Networking	.566	.154	.569	3.675	.001
	CustomerRevie	.345	.144	.359	2.394	.021

a. Dependent Variable: MinatBeli

Hasil dari penelitian dalam Uji T menunjukkan bahwa :

1. Hasil variabel *market orientation* menghasilkan nilai sign 0.427 > 0.05 dan nilai t hitung -0.801 < 2.013, kesimpulan yang didapat adalah H1 ditolak, artinya *market orientation* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
2. Hasil variabel *networking* menghasilkan nilai sign 0.001 < 0.05 dan nilai t hitung 3.675 > 2.013, kesimpulan yang didapat adalah H2 diterima, artinya *networking* berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

3. Hasil variabel *customer review* memiliki sign $0.021 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.394 > 2.013$, kesimpulan yang didapat adalah H3 diterima, artinya *customer review* berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

- Uji F (Simultan)

TABEL 8
HASIL UJI F (SIMULTAN)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	873.275	3	291.092	34.731	.000 ^b
Residual	385.545	46	8.381		
Total	1258.820	49			

a. Dependent Variable: MinatBeli

b. Predictors: (Constant), CustomerReview, OrientasiPasar, Networking

Melihat hasil diatas maka dapat disimpulkan nilai sign $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung sebesar $34.731 > 2.80$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1,X2,X3 terhadap Y.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya *market orientaion*, *networking*, dan *customer review* terhadap variabel minat beli. Berdasarkan penelitian dan hasil yang diperoleh maka disimpulkan bahwa :

1. Hasil Uji T pada *Market Orientation* memiliki nilai sign $0.427 > 0.05$ dan nilai t hitung $-0.801 < 2.013$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 di tolak yang artinya tidak terdapat pengaruh antara *market orientation* terhadap variabel minat beli.
2. Hasil Uji T pada *Networking* memiliki nilai sign $0.001 < 0.05$ dan nilai t hitung $3.675 > 2.013$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel *networking* terhadap variabel minat beli.
3. Hasil Uji T pada *Customer Review* memiliki sign $0.021 < 0.05$ dan nilai t hitung $2.394 > 2.013$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel *customer review* terhadap minat beli.
4. Hasil Uji F (Simultan) memiliki nilai sign $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung sebesar $34.731 > 2.80$, sehingga dapat disimpulkan H4 diterima yang artinya, terdapat pengaruh variabel *market orientation*, *networking*, *customer review* terhadap minat beli. Dalam pengujian *Market Orientation*, *Networking*, dan *Customer Review* berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap Minat Beli. Dalam perhitungan *Adjusted R Square* bernilai 0,674 atau 67,4% artinya *Market Orientation*, *Networking*, dan *Customer Review* terdapat pengaruh yang signifikan dan berkontribusi terhadap minat beli dan sisanya sebesar 32,6% dipengaruhi faktor lain diluar *market orientation*, *networking* dan *customer review*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amitha, F. (2021). *Pengaruh citra merek, persepsi harga dan ulasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (study kasus warga pondok ungu permai blok nn)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Bonita, A. (2015). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME) Medan*.
- Cut, I. M. (2021). *PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP KUALITAS LABA (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016–2019)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Dicky Kurniawan. (2020). *Sejarah Perkembangan CCTV*. <https://www.tagar.id/sejarah-dan-perkembangan-cctv-di-dunia>
- Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII. *AKURAT/ Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 11(1), 43–54.
- Fatonah, S. (2009). Pengaruh Bauran Pemasaran, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Perusahaan Batik Di Surakarta. *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1).
- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (sampel halaman gratis)*. RajaGrafindo Persada.
- Riduwan. (2005). *Populasi dan Sample*. Erlangga.
- Rifqi, M. (2019). *Pengaruh Strategi Bisnis dan Networking pada Kinerja Wirausaha Muslim (Study pada Wirausaha Sandal di Daerah Waru)*. STIE Perbanas Surabaya.
- Sinambela, L. P. dan S. S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Suhendri. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci*. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.175>
- Sukestiyarno, Y. L., & Agoestanto, A. (2017). Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168–177.
- Wijaya, O. Y. A., & MH, M. M. (2020). *Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan dan Orientasi Pasar: Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furniture di Jawa Timur*. Penerbit Lakeisha.

Pengaruh Pengetahuan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Program Samsat Corner, Dan Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Roda Dua Di Kantor Samsat Jakarta Utara)

Agata Novena Surya^{1)*}, Sabam Simbolon²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia
¹⁾agatanovena@gmail.com

²⁾bolonzaba@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Pengetahuan pajak
Kesadaran wajib pajak
Program SAMSAT corner
Sanksi pajak kendaraan bermotor
Kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor

Abstrak

Peningkatan jumlah masyarakat yang menggunakan kendaraan bermotor. Oleh karena itu, peningkatan pajak kendaraan bermotor diharapkan akan meningkatkan penerimaan pajak daerah. Namun, penerimaan pajak tersebut sejauh ini belum memenuhi harapan.

Riset ini mengkaji kepatuhan pajak kendaraan bermotor roda dua pada Program Pojok SAMSAT Jakarta Utara. Riset ini mempertimbangkan pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Sanksi Kendaraan Bermotor dari SAMSAT.

100 orang mengisi kuesioner; ini adalah sumber data untuk riset ini. Kemudian, SPSS 25 digunakan untuk mengolah data melalui uji reliabilitas, kualitas data, asumsi klasik, uji hipotesis dan regresi linier berganda. Selain itu, frekuensi dan uji statistik deskriptif dilakukan pada data.

Hasil riset menunjukkan bahwa Wajib Pajak kendaraan bermotor lebih patuh karena adanya program SAMSAT corner, Kesadaran Pajak, Pengetahuan Pajak dan Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor.

I. PENDAHULUAN

Ada dua bentuk penerimaan pajak: pajak pusat yang dipungut oleh negara bagian, dan pajak daerah yang dipungut oleh masing-masing kotamadya. Pajak daerah merupakan salah satu bentuk pajak daerah yang merupakan iuran wajib yang dilakukan oleh badan atau orang. Pajak ini bukan kompensasi langsung dan dianggap memaksa menurut hukum. Mereka digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang sebesar-besarnya, yang dianggap mensejahterakan masyarakat.

Undang-undang nomor 28 tahun 2019 menyebutkan bahwa penerimaan pajak daerah dipungut dalam dua golongan, yaitu pajak provinsi dan pajak kota/kabupaten. Ketika dikumpulkan, pajak ini digunakan untuk tujuan tertentu yang digariskan dalam undang-undang. Tujuan tersebut antara lain pembangunan fasilitas umum, pendidikan, kesehatan dan jaminan sosial.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2009 dalam Pasal 1 angka 12 dan 13 menyebutkan bahwa Pajak Kendaraan Bermotor adalah pajak atas kendaraan bermotor. Pajak ini dipungut atas kepemilikan dan kepemilikan kendaraan bermotor berbasis darat. Semua jenis kendaraan dengan motor dan roda dapat dikenakan pajak—bahkan peralatan besar, peralatan, dan mesin. Selain itu, setiap kendaraan berbasis air dapat dikenakan pajak. Kendaraan ini menggunakan motor bersama dengan alat lain yang mengubah energi menjadi energi gerak untuk mesin dan kendaraan terkait.

Data dari Pusat Penyuluhan Pajak Jakarta menunjukkan target 1.414.989.900.000 pada tahun 2020 untuk pajak daerah. Termasuk pajak PKB—juga dikenal sebagai pajak kendaraan bermotor—targetnya tercatat sebesar 1.397.509.171.634 pada tahun yang sama. SAMSAT Jakarta Utara dirujuk dalam data; ini adalah singkatan dari Pasar Sekuritas dan Pusat Perdagangan Aset Jakarta Utara. Menurut Rumiyyatun dan Wardani pada tahun 2017, wajib pajak dapat melihat bagaimana objek pajak memenuhi kewajibannya kepada pemerintah. Istilah ini mengacu pada orang-orang yang berutang uang kepada pemerintah daerah mereka melalui pajak atau biaya. Dengan memenuhi kewajiban tersebut dengan baik dan tepat waktu, wajib pajak mengikuti semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Wajib pajak yang sadar akan kewajiban perpajakannya lebih mungkin untuk menindaklanjutinya. Ini karena mereka memiliki pemahaman dasar tentang apa yang harus mereka bayar, hukum yang terlibat dan prosedur di baliknya. Jika wajib pajak sudah memiliki pengetahuan tersebut, mereka akan sadar sendiri untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Dengan menerima kewajiban membayar pajak, anggota masyarakat menunjukkan kesediaannya untuk bekerja sama dengan pemerintahnya. Wajib pajak juga menunjukkan pengetahuan tentang pajaknya tanpa paksaan dari luar. Inilah yang disebut kesadaran perpajakan, yaitu suatu kondisi atau pengetahuan tentang pajak menurut ummat dalam Wardani dan Rumiyyatun tahun 2017.

Dengan dilaksanakannya program SAMSAT Corner, pemungut pajak telah memberikan kemudahan dalam pembayaran pajak kendaraan. Hal ini dimungkinkan karena adanya SAMSAT Corner di lokasi-lokasi tempat wajib pajak membayar kewajibannya. Salah satu motivasi di balik inisiatif ini adalah untuk mengurangi ancaman dari pihak-pihak yang mempersulit proses pembayaran pajak kendaraan bermotor. Selain itu, hal ini memungkinkan pembayaran pajak kendaraan bermotor yang cepat, tepat dan murah bagi setiap pemilik kendaraan bermotor setiap tahunnya. Wajib pajak harus mengikuti aturan saat membayar pajak kendaraan bermotor. Kegagalan untuk melakukannya akan menyebabkan mereka menerima pelajaran dari aplikasi sanksi. Ini akan memastikan mereka tidak melanggar aturan apa pun ketika berurusan dengan pajak di masa depan. Dengan melakukan ini, kepatuhan wajib pajak akan meningkat dan menciptakan ketertiban yang lebih baik bagi semua orang yang terlibat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan Ilhamsyah dkk., 2016 dalam (Wardani & Rumiyyatun, 2017) menjelaskan kalau: “disiplin wajib pajak ialah dimana wajib pajak memenuhi peranan perpajakannya serta

melakukan hak perpajakan dengan baik serta betul cocok dengan peraturan serta undang-undang pajak yang legal”.

Disiplin wajib pajak merupakan dengan penuh peranan pajak yang cocok dengan determinasi yang legal, ialah dengan melunasi pajaknya pas pada waktunya, mengetahui jatuh tempo pembayaran, dan memenuhi seluruh persyaratanyang dibutuhkan dalam membayar pajak.

Pengetahuan Pajak

Definisi pengetahuan menurut (Aswati et al., 2018) adalah: “pengetahuan merupakan hasil tahu atas suatu tindakan dalam memahami sebuah objek tertentu yang dapat berupa wujud baik melalui akal ataupun indra dan bisa pula subjek yang dimengerti oleh manusia dengan wujud sempurna atau yang berhubungan dengan permasalahan psikologi”.

Berdasarkan (Carolina dalam Wardani & Rumiayatun 2017) Pengetahuan pajak didefinisikan sebagai berikut: “pengetahuan pajak merupakan informasi yang dijadikan landasan untuk objek pajak yang dipergunakan untuk berperan, menata strategi perpajakan serta membuat ketetapan untuk memperoleh hak serta melaksanakan kewajibannya berlaku seperti subjek pajak berhubungan dengan penerapan hak serta peranan pada aspek pajak”.

Kesimpulannya bahwa tingkat wawasan seorang wajib pajak mengenai perpajakan sudah cukup jika wajib pajak paham akan hak, tanggung jawab serta peranan berlaku seperti wajib pajak. Bila wajib pajak telah menguasai serta mengenali peranan berlaku seperti wajib pajak, mereka hendak melakukan peranan itu supaya mendapatkan hak serta melakukan tanggung jawab berlaku seperti wajib pajak.

Kesadaran Wajib Pajak

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesadaran merupakan kesadaran seorang individu akan nilai- nilai yang ada pada diri manusia Mengenai hukum yang ada.

Menurut Mutia dalam (Kowel et al., 2019)

“Pemahaman wajib pajak hendak perpajakan merupakan rasa yang mencuat dalam diri wajib pajak atas kewajibannya melunasi pajak dengan jujur tanpa adanya faktor desakan”.

Dalam bukunya Sulfinadia, 2020, didapatkan bahwa:

“Pemahaman hukum merupakan wawasan kalau sikap khusus diatur oleh hukum, alhasil ada kecondongan untuk menguasai peraturan”

Ummah (dalam Winasari, 2020) berpendapat bahwa:

“Pemahaman wajib pajak merupakan yang mana wajib pajak mengenali serta paham hal pajak tanpa adanya desakan dari pihak siapapun. Reaksi positif dari warga wajib pajak atas aplikasi fungsi negara oleh rezim bisa menghasilkan warga bisa memenuhi peranan membayarkan pajak”.

Penilaian positif yang diberikan wajib pajak atas penerapan fungsi negara oleh rezim hendak menggerakkan warga dalam mematuhi peranan dalam pembayaran pajak. Pemahaman wajib pajak bisa ditinjau dari intensitas wajib pajak dalam mentaati peranan pajak serta menaati ketetapan yang ada. Dikala wajib pajak mengetahui alangkah krusialnya melunasi pajak serta memahami manfaat dari pembayaran pajak alat transportasi itu alhasil keseluruhan wajib pajak yang patuh dalam membayar pajak akan semakin naik.

Program SAMSAT Corner

Dilansir dari (Bapenda Jabar, 2021) dijelaskan bahwa:

“Samsat *Corner* ialah inovasi pada jasa publik khususnya jasa pembayaran PKB atau pengesahan STNK satu tahun dimana Wajib Pajak diserahkan keringanan serta kejelasan mengenai sistem serta metode layanan”.

Program merupakan suatu konsep bentuk, konsep, kode desain, ataupun wujud yang lain dengan yang disusun cocok ceruk Algoritma dengan tujuan memudahkan suatu kasus. Salah satu program yang didesain serta dilaksanakan oleh Biro Pemasukan Pengelolaan Keuangan serta Peninggalan Daerah ialah program SAMSAT *Corner*, yang dimana SAMSAT *Corner* ini lokasinya ada di Galeria Mall. SAMSAT *Corner* ini bisa diucap istimewa sebab posisi SAMSAT *Corner* ada ditempat kemeriahan semacam pusat perbelanjaan, mall, serta supermarket. Perihal ini merupakan salah satu usaha Biro Pemasukan Daerah untuk memberikan keringanan warga dalam perihal pengesahan STNK, Pembayaran PKB, serta SWDKLLJ jika kebetulan masyarakat sedang berada di pusat perbelanjaan atau supermarket.

Fitranti (dalam Wardani dan Asis, 2017) menyatakan bahwa:

“Pelayanan SAMSAT *Corner* sanggup memberikan jasa yang pas, cepat, efisien serta berdaya guna pada Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajibannya”.

SAMSAT *Corner* ialah perpanjangan tangan dari kantor SAMSAT penting, alhasil ini bisa dijadikan selaku pengganti warga untuk memperoleh jasa sekeliling administrasi alat transportasi. Dilansir dari laman samsat corner, keunggulan dari SAMSAT *Corner* adalah:

1. Warga hendak mendatangi jasa SAMSAT di posisi lebih penting serta dekat.
2. Menjauhi dari gaduh padatnya antrean serta kurangi kemeriahan di era pandemic ini.
3. Warga hendak lebih gampang menuntaskan peranan pajaknya.
4. Untuk wajib pajak yang menuntaskan pajaknya pas durasi hendak memperoleh reward cocok dengan determinasi SAMSAT di daerah masing-masing.

Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor

Berdasarkan (Pratiwi dan Wirawan, 2019) dinyatakan bahwa:

“Ganjaran perpajakan yakni agunan kalau determinasi peraturan perundang-undangan hal perpajakan (aturan perpajakan) hendak dituruti atau ditaati atau dipatuhi”.

Ganjaran pajak bisa terjalin disebabkan adanya pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan, alhasil wajib pajak hendak terserang ganjaran bersumber pada kebijaksanaan perpajakan serta undang-undang perpajakan.

Kalkulasi Pajak alat transportasi Bermotor Cakra 2 yang Dikenakan Ganjaran Administratif Berbentuk Kompensasi menurut (Syah, 2018) yaitu:

“Rumus digunakan untuk menghitung denda administrasi wajib pajak. Rumus ini mengambil denda sebagai input dan mengembalikan nilai Basis Kunci Pembayaran. Ini kemudian ditambahkan ke SWDKILLJ dan Biaya Admin. Nilai akhir inilah yang dikenakan sebagai denda bagi wajib pajak yang terlambat membayar pajaknya. Kenaikan denda 25% diterapkan untuk bulan pertama; tambahan bunga 2% diterapkan untuk setiap tambahan bulan keterlambatan. Pada akhirnya, pembayar pajak dapat dikenakan denda hingga 48% dari denda maksimum.”.

III. METODE

Pengumpulan Data

Pada riset ini teknik penarikan data yang dipergunakan adalah menggunakan data primer yang di kuantitatifkan, yaitu melalui riset lapangan atau survey guna untuk pengumpulan data primer kemudian data primer tersebut dihimpun dengan angket yang di sebar terhadap narasumber yakni wajib pajak yang membayarkan pajak kendaraan bermotor roda dua di SAMSAT Jakarta Utara. Berdasarkan KBBI, kuesioner ialah alat survei atau riset yang terbagi dari sekumpulan pertanyaan tertulis, mempunyai tujuan memperoleh respon dari sekelompok orang terpilih dengan wawancara pribadi atau melalui daftar pertanyaan.

Populasi dan Sample

Populasi pada riset ini berdasarkan jumlah kendaraan sepeda motor roda dua di Jakarta Utara yang tercatat pada tahun 2020 dan 2021 sebanyak 1.269.016. Sample yang digunakan pada riset ini sebanyak 100 pemilik kendaraan sepeda motor roda dua di Jakarta Utara dari total populasi.

Pengukuran

Instrumen riset yang dipergunakan selaku alat penarikan data instrumen yang umum dipergunakan pada riset ini ialah sebagian daftar angket atau pertanyaan yang disampaikan pada setiap narasumber yang dijadikan sampel pada riset survei. Ada operasional variabel penulis mempergunakan skala likert.

Berdasarkan Sugiyono (2017) maksud dari skala likert ialah:

“Skala likert yang dipergunakan lakukan pengukuran pendapat sikap atau persepsi kelompok atau seseorang kejadian sosial. Pada suatu riset kejadian sosial yang ditentukan secara detail oleh pengamat yang berikutnya dinamakan variabel riset.”

Kategori Jawaban dan Skor

STS = Sangat Tidak Setuju 1

TS = Tidak Setuju 2

N = Netral 3

S = Setuju 4

SS = Sangat Setuju 5

IV. HASIL

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melakukan pengukuran sejauhmana kapasitas model untuk menjabarkan variasi variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.820 ^a	0.673	0.659	0.914

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25

2. Tabel Uji Hipotesis

- **Uji T**

Percobaan statistik t dilaksanakan dalam menelusuri apakah seluruh elastis bebas dengan cara parsial (perseorangan) mempengaruhi terhadap elastis terbatas, ataupun dengan tutur lain memperlihatkan sejauhmana akibat satu elastis penjelas atau bebas dengan cara perorangan untuk menjabarkan alterasi elastis terbatas.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.976	1.122		2.652	0.009
	Pengetahuan Pajak (X1)	0.127	0.071	0.049	2.384	0.022
	Kesadaran Wajib Pajak (X2)	0.192	0.071	0.277	2.718	0.008
	Program SAMSAT Corner (X3)	0.260	0.064	0.236	4.066	0.000
	Sanksi Pajak Kendaraan Bermotor (X4)	0.262	0.107	0.278	2.441	0.016

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25

- **Uji F**

Pengujian Statistik F bertujuan dalam mengenali apakah elastis bebas ataupun leluasa yang diajukan pada model mempengaruhi dengan bersamaan kepada variabel dependen.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.223	4	40.806	48.893	0.000 ^b
	Residual	79.287	95	0.835		
	Total	242.510	99			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisa serta ulasan hal akibat wawasan pajak, pemahaman wajib pajak, program SAMSAT corner, serta ganjaran pajak alat transportasi bermotor terhadap disiplin wajib pajak alat transportasi bermotor, sehingga bisa ditarik kesimpulan selaku selanjutnya:

1. Kepatuhan wajib pajak terhadap kewajiban membayar pajak meningkat ketika mereka memahami manfaat yang diberikan uang pajak mereka. Mereka akan mau memenuhi kewajibannya jika menyadari uang yang mereka bayarkan akan digunakan untuk membangun kepentingan umum seperti jalan dan taman.
2. Kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak kendaraan bermotor. Dengan mengetahui dan memahami pajak, wajib pajak yang sadar akan kewajibannya biasanya melaksanakan tugasnya tanpa perlu adanya pengaruh dari luar.
3. Program pojok SAMSAT mendorong kepatuhan pajak dengan memberikan kemudahan bagi wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya. Program ini menempatkan pemungut cukai di tempat-tempat umum dengan volume penduduk yang tinggi sehingga mudah dijangkau. Akibatnya, wajib pajak lebih mungkin untuk menindaklanjuti kewajiban mereka karena mereka dapat dengan mudah mengakses layanan yang dibutuhkan.
4. Wajib pajak yang tidak mematuhi pajak kendaraan bermotornya dapat dicegah dengan penggunaan sanksi. Hal ini membantu meningkatkan kepatuhan dari wajib pajak yang memiliki kendaraan bermotor. Selain itu, sanksi pajak kendaraan bermotor terbukti berpengaruh positif terhadap kepatuhan..

Bersumber pada hasil serta analisa yang sudah dicoba periset, sehingga ada anjuran selaku selanjutnya:

1. Pemerintah

Wajib pajak yang taat melaksanakan kewajiban perpajakannya yaitu dengan membayarkan pajak kendaraan bermotor, agar pajak tersebut dapat di alokasikan ke pajak daerah agar membantu membangun fasilitas umum dan infrastruktur jalan yang dapat dirasakan langsung manfaatnya oleh wajib pajak. Agar wajib pajak memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pemerintah bahwa pajak yang mereka bayarkan dialokasikan dengan tepat dan sesuai.

2. Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti berikutnya, diharapkan dalam risetnya supaya dapat menambah variabel-variabel lainnya selain variabel dalam riset ini, agar dapat menambah pengetahuan bahwa

masih banyak aspek yang dapat berpengaruh wajib pajak untuk membayarkan pajak kendaraan bermotor.

DAFTAR PUSTAKA

- Aswati, Wa Ode, Arifuddin Mas'ud, dan Tuti Nurdianti Nudi. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Pajak, dan Akuntabilitas Pelayanan Publik Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kantor UPTB SAMSAT Kabupaten Muna). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Universitas Haluoleo: Kendari Sulawesi Tenggara. 2018.
- Badan Pendapatan Daerah. Pajak Kendaraan Bermotor. Bapenda. (Diakses tanggal 31 Oktober 2021).
- Ghozali, Iman. Aplikasi Analisis *Multivariete* dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. 2018.
- KBBI Online. Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/>. (Diakses tanggal 31 Oktober 2021).
- Kowel, Viva A. A, Lintje Kalangi, dan Steven J. Tangkuman. "Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, dan Modernisasi Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Knedaraan Bermotor di Kabupaten Minahasa Selatan". *JURNAL EMBA: JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*. Universitas Sam Ratulangi: Manado. 2019.
- Pratiwi, Indah, dan Arry Irawan. "Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan Modern dan Sanksi Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Roda Dua di Kantor Samsat Cimareme). *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*: Bandung. 2019.
- Wardani, Dewi Kusuma, dan Rumiyyatun. Pengaruh Pengetahuan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor, dan Sistem SAMSAT Drive Thru Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi kasus WP PKB roda empat di Samsat Drive Thru Bantul). *Jurnal Akuntansi*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa: Yogyakarta. 2017.
- Winasari, anggi. "Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran, Sanksi, dan Sistem E-SAMSAT Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor di Kabupaten Subang Studi Kasus Pada Kantor Samsat Subang). *STIE Sutaatmadja*: Subang. 2020.
- Sugiyono. Metode Riset Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Bandung: Alfabeta. 2017.

Pengaruh Financial Distress, Solvabilitas, dan Likuiditas terhadap Audit Delay (Studi Empiris Pada Perusahaan Textile & Garment yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020)

Angga Utthana Sampada Andina^{1)*}, Sofian Sugioko²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Anggaviolita21@gmail.com

²⁾sofian.sugioko@buddhidharma.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Financial Distress
Solvabilitas
Likuiditas
Audit Delay

ABSTRAK

Riset ini bermaksud untuk mengenali Akibat Financial Distress, Solvabilitas serta Likuiditas terhadap Audit Delay pada Industri Sub zona *Textile & Garment* dan yang tertera di Bursa Efek Indonesia rentang waktu 2017- 2020. Tipe riset ini merupakan riset kuantitatif Populasi yang dipakai dalam riset ini merupakan Industri *Textile & Garment* serta yang tertera di Bursa Efek Indonesia (BEI) rentang waktu 2017-2020. Metode pengumpulan ilustrasi memakai metode purposive sampling, sebesar 10 industri dengan memakai rentang waktu sepanjang 4 tahun. rentang waktu observasi berturut-turut alhasil keseluruhan ilustrasi sebesar 40. Data riset ini memakai SPSS tipe 25 dengan percobaan statistik deskriptif, percobaan anggapan klasik, serta percobaan anggapan. Bersumber pada hasil percobaan T (parsial) riset ini membuktikan kalau financial distress, solvabilitas, serta likuiditas, mempengaruhi terhadap audit delay. Dan Financial Distress, Solvabilitas serta Likuiditas mempengaruhi dengan cara simultan terhadap Audit Delay.

I. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan bisnis di Indonesia telah menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam kebutuhan akan laporan keuangan perusahaan audit. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek di dalam negeri wajib mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal. Salah satu peraturan tersebut adalah penyampaian laporan keuangan yang telah diaudit melalui auditor independen.

Tujuan akuntansi adalah menyediakan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan. Hasil akhir dari proses ini adalah laporan keuangan. Ini termasuk neraca, laporan laba rugi dan laporan arus kas. Pernyataan ini disampaikan oleh manajemen perusahaan.

Laporan keuangan yang relevan dan andal berguna untuk pengambilan keputusan.

Laporan-laporan ini merupakan jenis audit yang paling sering dilakukan oleh auditor independen. Hal ini dikarenakan audit tersebut meningkatkan kepercayaan pemakai laporan keuangan perusahaan. Pengguna laporan keuangan memeriksa laporan audit suatu pernyataan untuk menentukan apakah pernyataan tersebut memenuhi dua kriteria: kejujuran dan netralitas. Kriteria ini terpenuhi jika pernyataan dapat diuji, netral dan tepat waktu. Selain itu, laporan keuangan harus memiliki nilai prediksi atau umpan balik agar dianggap relevan.

Menurut Puspitasari dan Latrini tahun 2014, audit delay adalah waktu antara tanggal penutupan laporan keuangan perusahaan dengan tanggal yang tercantum pada laporan auditor independen. Apriyana dan Rachmawati menyatakan pada tahun 2017 saat ini dapat berdampak buruk pada kualitas informasi. Mereka mengklaim bahwa penundaan yang diperpanjang dapat membuat investor percaya bahwa perusahaan berada dalam posisi keuangan yang buruk. Persepsi ini dapat berdampak negatif pada reaksi pasar.

Berdasarkan pengumuman yang dibuat pada 7 Juli, sebanyak 52 perusahaan tidak menyampaikan laporan keuangannya sesuai ketentuan bursa. Hal ini sesuai dengan Surat Keputusan Nomor Kep-00089/BEI/10-2020 yang dikeluarkan oleh Direksi BEI pada tanggal 15 Oktober 2020. Keputusan ini memberikan tambahan waktu dua bulan — sampai dengan 15 Januari 2021 — kepada perusahaan yang menghadapi batas waktu menyampaikan laporan tahunan atau kuartal pertama. Peraturan Bursa Nomor I-E mengharuskan laporan keuangan yang telah diaudit disampaikan paling lambat akhir bulan ketiga setelah dibuat. Misalnya, laporan keuangan yang dibuat pada tahun 2020 harus sudah disampaikan paling lambat akhir Mei 2021.

Perusahaan yang mengalami kesulitan keuangan berisiko mengalami kebangkrutan. Istilah ini mengacu pada kondisi yang tidak sehat di dalam perusahaan atau kesulitan keuangan yang membuat kebangkrutan menjadi hasil yang mungkin terjadi. Emrinaldi 2007 menyatakan bahwa tanda-tanda financial distress yang paling mudah dikenali adalah kegagalan membayar utang dan pembayaran dividen kepada investor. Selain itu, perusahaan dalam kondisi ini cenderung mengakhiri kontrak mereka dengan perspektif auditor kunci, atau KAP. Ini karena mereka tidak mampu lagi membayar biaya yang awalnya mereka sepakati dengan auditor mereka saat memulai perikatan. Perusahaan yang menghadapi berita buruk biasanya mencoba memperbaiki laporan keuangan mereka untuk mencerminkan secara positif. Ketika mereka berhasil, penyampaian laporan keuangan yang telah diaudit bisa memakan waktu lama.

Solvabilitas perusahaan adalah kemampuannya untuk melunasi semua hutangnya. Tingkat utang yang tinggi dapat menyebabkan penundaan yang signifikan saat menyiapkan laporan audit. Ini karena periode hutang yang berkepanjangan dapat mengindikasikan perusahaan memiliki masalah serius, yang dapat menyebabkan operasi keuangan yang tidak tepat.

Kewajiban jangka pendek mencakup hal-hal seperti membayar pajak. Likuiditas perusahaan ditentukan dengan memeriksa nilai tunainya. Nilai tunai yang tinggi berarti perusahaan dalam kondisi keuangan yang baik dan dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara memadai. Skor likuiditas yang rendah menunjukkan perusahaan dalam kondisi keuangan yang buruk dan mungkin kesulitan untuk membayar pajak. (Dian Anggraeni, 2022).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Financial Distress

Bagi (Kamaludin, 2015:4) menjelaskan :

“salah satu karakteristik industri yang lagi diterpa permasalahan keuangan. Permasalahan financial distress bila tidak lekas ditanggulangi hendak selesai dengan kehancuran. Kesusahan

keuangan yang yang dialami oleh industri menyebabkan manajemen wajib berfikir ekstra untuk mengutip aksi yang bisa menyehatkan industri.”

Bagi (Fauziah, 2015) mengatakan bahwa :

financial distress ialah suasana dimana gerakan kas pembedahan suatu industri tidak lumayan melegakan kewajiban- kewajibannya. Situasi keuangan industri dalam kondisi baik ataupun kurang baik bisa ditafsirkan dengan perbandingan keuangan. Industri yang lagi hadapi kesusahan keuangan hendak nampak dengan cara kasat dari laba yang diperoleh. Bila laba menyusut dengan determinasi khusus sehingga perusahaan bisa dikategorikan selaku industri yang *distress*.

Solvabilitas

Menurut (Kowanda, Pasaribu, & Fikriansyah 2016) mengatakan bahwa :

Solvabilitas ialah daya suatu industri untuk melunasi seluruh hutang hutangnya baik waktu pendek ataupun waktu jauh. Tingginya Debt to Assets(DAR) memantulkan tingginya efek keuangan industri. Membolehkan kalau industri tidak dapat melunaskan peranan ataupun hutangnya Kesusahan keuangan ialah informasi kurang baik yang hendak pengaruhi situasi industri. Pihak manajemen mengarah menunda mengantarkan informasi keuangan.

Bagi (Kasmir 2015:151) mengatakan bahwa :

Perbandingan Solvabilitas ataupun *leverage* ialah perbandingan yang dipakai untuk mengukur sepanjang mana aktiva industri dibiayai oleh pinjaman. Maksudnya berapa besar bobot pinjaman yang dijamin industri dibanding dengan aktivananya.

Solvabilitas kerap kali diucap dengan leverage. Weston serta Copeland (1995) dalam Lestari (2010) melaporkan kalau perbandingan leverage mengukur tingkatan aktiva industri yang sudah dibiayai oleh pemakaian hutang. Solvabilitas industri bisa diukur dengan metode menyamakan jumlah aktiva (keseluruhan asset) dengan jumlah pinjaman (baik waktu pendek ataupun waktu jauh). Perbandingan solvabilitas yang besar menyebabkan panjangnya durasi yang diperlukan dalam penanganan audit. Riset yang di hasilkan, Lestari (2010) serta Puspitasari (2015), Solvabilitas industri memiliki akibat penting terhadap *Audit Delay*.

Likuiditas

Bagi (Van Horne dan Wachowicz 2012:205) mengatakan bahwa :

“Perbandingan yang dipakai untuk mengukur daya industri untuk penuhi peranan waktu pendek cakap. Perbandingan ini menyamakan peranan waktu pendek dengan sumber daya waktu pendek (aktiva lancar) yang ada untuk penuhi peranan waktu pendek itu”.

Menurut (Subramanyam 2012:185) mengatakan bahwa :

“Likuiditas merupakan daya industri untuk penuhi peranan finansialnya yang wajib lekas dipadati (jangka pendek)”.

Audit Delay

Menurut (Ruroh & Rahmawati, 2016) mengatakan bahwa :

audit delay merupakan lamanya durasi yang diperlukan oleh pengaudit dalam menciptakan informasi audit atas informasi keuangan industri terbatas dari bertepatan pada tutup tahun hingga bertepatan pada pandangan audit diserahkan serta ditandatangani. Bila penyampaian informasi keuangan ke pasar modal hadapi keterlambatan sehingga pihak pasar modal hendak berprasangka serta memperhitungkan minus terhadap industri. Perihal ini dikhawatirkan hendak pengaruhi ketetapan dari *stakeholders*

Menurut (Saemargani 2015) mengatakan bahwa :

Audit Delay merupakan perbandingan durasi antara bertepatan pada informasi keuangan dengan bertepatan pada pandangan audit dalam informasi keuangan membawa alamat mengenai lamanya durasi penanganan audit yang dicoba oleh pengaudit

III. METODE

Jenis Riset

Tipe riset ini merupakan tipe riset kuantitatif dengan melaksanakan percobaan anggapan. Data inferior merupakan data yang dipakai periset untuk memandang informasi tahunan perusahaan-perusahaan *Textile&Garment* yang tertera di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada rentang waktu tahun 2017-2020. Data Informasi Tahunan (*Annual Report*) riset ini didapat dari industri yang tertera di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang rentang waktu tahun yang dipakai periset yakni rentang waktu tahun 2017-2020 serta yang mencakup informasi keuangan industri.

Objek Riset

Objek riset adalah sasaran kegiatan riset. Riset berfokus pada memperoleh jawaban atau solusi terkait suatu masalah melalui pengamatan dan pengumpulan data. Menurut Sugiyono tahun 2017, halaman 3, kriteria suatu objek riset adalah data yang valid, reliabel dan objektif yang diamati secara empiris. Dalam riset ini yang menjadi sasaran penulis adalah laporan keuangan dari perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI pada industri tekstil dan garmen selama tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Data berasal dari situs resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id.

Jenis dan Sumber Data

Dalam riset ini tipe data yang bisa dipakai merupakan tipe data kuantitatif serta tipe data inferior. Data merupakan ikon, nilai ataupun perkata yang diperoleh lewat dari suatu cara observasi yang disusun jadi dalam suatu wujud informasi serta pula dari sekumpulan fakta-fakta yang terjalin.

Data inferior merupakan data riset yang didapat dengan cara tidak langsung lewat alat perantara semacam buku-buku, referensi-referensi serta harian yang lain yang berkaitan dengan riset ini. Data kuantitatif merupakan data yang bisa dihidangkan dalam wujud nilai, sebaliknya data inferior merupakan data riset yang didapat dengan cara tidak langsung lewat alat perantara semacam buku-buku, harian serta referensi- referensi yang lain yang berkaitan dengan riset ini. Sumber data yang dipakai dalam riset ini, ialah dalam berupa laporan tahunan (*annual report*) perusahaan *Textile&Garment* pada periode 2017-2020.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Berdasarkan (Sugiyono 2017) menjelaskan :

Populasi yakni area generelasi yang dibagi dari obyek ataupun poin yang bermutu serta karakter khusus yang didetetapkan pengarang supaya dipelajari serta setelah itu terbuat ikatan. Populasi yang digunakan dalam riset ini merupakan industri *Textile&Garment* yang tertera di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020

2. Sampel

Berdasarkan (Sugiyono 2017) mengatakan bahwa :

Ilustrasi merupakan bagian dari jumlah serta karakter yang dipunyai oleh populasi itu.

Ilustrasi yang digunakan dalam riset ini merupakan industri *Textile&Garment* yang tertera di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dipakai untuk memberikan cerita suatu data yang diamati dari pada umumnya (mean), standar digresi (standard deviation), serta maksimum-minimum. Mean dipakai selaku perkiraan besar pada umumnya populasi yang diperkirakan dari ilustrasi. Standar digresi dipakai untuk memperhitungkan dispersi pada umumnya dari ilustrasi. Maksimum-minimum dipakai untuk memandang nilai minimal serta maksimal dari populasi. Perihal ini butuh dicoba untuk memandang cerminan totalitas dari ilustrasi yang sukses digabungkan serta penuh ketentuan untuk dijadikan ilustrasi riset.

2. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan (Pandoyo, 2018 dalam Kusnawan et al., 2021) mengatakan bahwa :

Pengujian asumsi klasik dipakai pada riset ini dalam memastikan bahwa data yang digunakan tidak termasuk normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Jika semua syarat tersebut terpenuhi, berarti data tersebut cukup layak untuk digunakan dalam riset ini.

2.1 Uji Normalitas

Berdasarkan (Imam Ghozali, 2021) mengatakan bahwa :

Pengujian normalitas merupakan uji yang dilakukan dalam melakukan pengujian Apakah diketahui bahwa uji F dan t memberikan asumsi bahwa nilai residual pada

distribusi normal. Jika dugaan ini dilanggar sehingga pengujian statistika tidak sah dalam jumlah sampel yang sedikit. Teknik yang dipergunakan pada saat ini dalam melakukan pemeriksaan normalitas distribusi data ialah dengan memakai pengujian statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Teknis ialah dengan menetapkan sebelumnya hipotesis uji coba yakni:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Pada riset ini, penulis memakai exact test Monte Carlo untuk menjalankan uji coba Kolmogorov-Smirnov dengan taraf confidence level pada model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal.

2.2 Uji Multikolinieritas

Berdasarkan (Ghozali 2016: 103) mengatakan bahwa :

Pengujian Multikolinieritas, pengujian untuk membuktikan apakah dalam model regresi terdapat ataupun tidaknya hubungan diantara variabel independen (bebas). Dalam menemukan terdapat atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi, dapat dengan menganalisa Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi.

2.2 Uji Autokorelasi

Percobaan autokorelasi bermaksud mencoba apakah dalam model regresi linear ada hubungan antara kekeliruan pengacau pada rentang waktu $t-1$ (lebih dahulu). Model regresi yang baik merupakan regresi yang leluasa dari autokorelasi. Untuk mengetahui ada ataupun tidaknya autokorelasi bisa memakai Uji *DurbinWatson* (DW test).

2.3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan (Gunawan et al., 2021) mengatakan bahwa :

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan dalam melakukan pengujian pada model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan lain . Dalam riset ini, teknis dalam menelusuri terdapat ataupun tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi ialah dengan memakai pengujian Glejser. Suatu riset menyatakan bahwa heteroskedastisitas tidak ada bila nilai $\text{sig} > 0,05$.

IV. Analisis Data Model Statistik

1.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan (Ghozali 2016: 8) mengatakan bahwa :

Analisa ini digunakan dalam memberikan prediksi nilai dari variabel terikat jika nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan dalam menelusuri arah hubungan diantara variabel bebas dengan variabel terikat apakah setiap variabel memiliki hubungan yang negatif atau positif.

1.2 Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan (Ghozali 2016: 8) mengatakan bahwa :

Korelasi berganda dipakai bagi dua variabel bebas dan satu terikat. Jika nilai R semakin dekat nilai 1 sehingga hubungan semakin kuat namun bila nilai R dekat 0 sehingga hubungan semakin lemah.

1.3 Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali 2016: 95) mengatakan bahwa :

Hal ini adalah ukuran dalam menelusuri ketepatan atau kesesuaian diantara nilai dugaan ataupun garis regresi dengandata sampel.

V. Uji Hipotesis

1.4 Uji Secara Parsial (Uji T)

Berdasarkan (Ghozali 2016: 97) menjelaskan bahwa :

Uji parsial atau Uji T dilaksanakan yang bermaksud dalam menelusuri pengaruh dengan terpisah diantara variabel independen kepada variabel dependen. Penarikan keputusan uji coba:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak

1.5 Uji Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan (Ghozali 2016: 96) menjelaskan bahwa :

Uji simultan ataupun Uji F dilaksanakan dalam melakukan pengujian apakah variabel independen mempengaruhi secarabersamaan kepada variabel terikat. Dasar penarikan keputusan uji coba ialah

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak.

VI. HASIL

1. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,678 ^a	,460		,415	1,34689

a. Predictors: (Constant), Financial Distress, Solvabilitas, Likuiditas

b. Dependent Variable:

Dapat dilihat pada table IV.13 bahwa hasil, nilai *Sig* lebih kecil dari pada nilai *Alpha* Riset ($0.004 < 0.05$). Artinya Terima H_0 . Dengan kesimpulan bahwa, Variabel *Audit Delay* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable *Financial Distress, Solvabilitas, dan Likuiditas*.

2. Uji Hipotesis

2.1 Uji T

Coefficients^a

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	6,012	,000
	FINANCIAL DISTRESS	3,029	,005
	SOLVABILITAS	-2,529	,016
	LIKUIDITAS	-3,849	,000

a. Dependent Variable: Audit Delay

Berdasarkan pada tabel IV.14 di atas, ditunjukkan bahwa variabel *Financial Distress* memiliki nilai sig 0,005 dimana nilai *Financial Distress* ini diatas 0,05. Dengan demikian, sesuai dengan ketentuan dalam kriteria pengujian, jika nilai *Financial Distress* lebih kecil dari pada 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Financial Distress* dapat berpengaruh terhadap *Audit Delay*. Berikutnya ditunjukkan bahwa variabel *Solvabilitas* memiliki nilai sig sebesar 0,016 dimana nilai *Solvabilitas* ini dibawah dari 0,05. Dengan demikian, sesuai dengan ketentuan dalam kriteria pengujian, jika nilai *Solvabilitas* lebih kecil dari 0,05, maka hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Solvabilitas* dapat berpengaruh terhadap *Audi Delay*. Berikutnya ditunjukkan bahwa variabel *Likuiditas* memiliki nilai sig sebesar 0,000 dimana nilai *Likuiditas* ini dibawah dari 0,05. Dengan demikian, sesuai dengan ketentuan dalam kriteria pengujian, jika nilai *Likuiditas* lebih kecil dari pada nilai 0,05, maka hal ini disimpulkan bahwa variabel *Likuiditas* berpengaruh terhadap *Audit Delay*.

2.2 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,905	3	1,302	5,254	,004 ^b
	Residual	8,919	36	,248		
	Total	12,824	39			

a. Dependent Variable: Audit Delay

b. Predictors: (Constant), Financial Distress, Solvabilitas, Likuiditas

Sumber : Output SPSS 25

Dapat dilihat pada table IV.13 bahwa hasil, nilai *Sig* lebih kecil dari pada nilai *Alpha Riset* ($0.004 < 0.05$). Artinya Terima H0. Dengan kesimpulan bahwa, Variabel *Audit Delay* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable *Financial Distress*, *Solvabilitas*, dan *Likuiditas*.

VII. KESIMPULAN

a. *Financial Distress* menunjukkan nilai koefisien nilai tarif a *Linier Berganda* sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,005 dimana lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, menunjukkan bahwa variabel *Financial Distress* berpengaruh terhadap *Audit Delay*, maka hasil riset ini mendukung hipotesis pertama dari riset ini. Dalam hasil riset ini variabel *financial distress* menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang sangat baik dan meningkat sangat pesat. Hal tersebut mengakibatkan turun nya tingkat kebangkrutan yang terjadi di perusahaan oleh karena itu dalam riset ini menjelaskan bahwa *financial distress* berpengaruh terhadap *Audit Delay*.

b. *Solvabilitas* menunjukkan nilai koefisien nilai tarif a *Linier Berganda* sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,016 dimana lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, menunjukkan bahwa variabel *Solvabilitas* berpengaruh terhadap *Audit Delay*, maka hasil riset ini mendukung hipotesis kedua dari riset ini.

c. *Likuiditas* menunjukkan nilai koefisien nilai tarif a *Linier Berganda* sebesar 0,05 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, menunjukkan bahwa variabel *Likuiditas* berpengaruh terhadap *Audit Delay*, maka hasil riset ini mendukung hipotesis ketiga dari riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

Adiraya dan Sayidah (2018). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, SOLVABILITAS DAN OPINI AUDITOR TERHADAP AUDIT DELAY* .

- Anggraeni, R. D.(n.d) (2017), *Analisis Financial Distress Altman Z-Score Dengan Pendekatan Data Mining Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Logam Periode 2018-2020 Yang Terdaftar Di BEI*.
- Auditing : Dasar - Dasar Pemeriksaan Akutansi - Google Books*. (n.d.). Retrieved April 12, 2022,
- Auditing - Google Books*. (n.d.). Retrieved March 27, 2022,
- Susandy, C., & Anggraeni, R. D. (n.d.). *Pengaruh Komisaris Independen, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)*. Christian Permata. (2019). *Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di KFC Sukawangi Bandung*.
- Firliana & Sulasmiyati, 2017. (2017). *Jurnal Administrasi Bisnis PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN SOLVABILITAS TERHADAP AUDIT DELAY(Studi Pada Perusahaan LQ 45 Sub-Sektor Bank serta Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011 - 2015)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*,46.
- Oleh, S., & Sari, N. (n.d.). *PREDIKSI FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDONESIA (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2017)*.
- Permana, R. K., Ahmar, N., & Djang, S. (2017). *Prediksi Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2).
- Syahrial & Purba. (2013). *Analisis Laporan Keuangan Cara Mudah & Praktis Memahami Laporan Keuangan: Vol. 319 halaman* (A. M. Dr. Taufan Maulamin SE, Ed.). CV. Faqih Karya Publishing.
- Hasanah, A. N., & Putri, M. S. (2018). *Pengertian Istilah dan Sejarah Audit*. Arry Eksandy (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Solvabilitas, Profitabilitas, dan Komite Audit Terhadap Audit Delay. (Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2012-2015)*.
- Istri, C., Pratiwi, E., Dewa, I., & Wiratmaja, N. (2018). *Pengaruh Audit Tenure, Ukuran Kap, Pergantian Auditor, dan Opini Audit terhadap Audit Delay*.
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nainggolan, Piter. 2016. *Analisis Pengaruh Audit Tenure, Ukuran Perusahaan, Opini Audit Tahun Sebelumnya, Kualitas Audit Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur*. *Jurnal Lentera Akuntansi*. Vol. 2. No 2.
- Pasaribu, S. (2017). *Pengaruh Financial Distress, Opini Audit, Audit Delay dan Biaya Audit Terhadap Auditor Switching pada Perusahaan Manufaktur Terbuka (Tbk) Yang Terdaftar di Bei*.
- (Puspitasari & Latrini. (2014). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, ANAK PERUSAHAAN, LEVERAGEDAN UKURAN KAP TERHADAP AUDIT DELAY*. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 8.2.

Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Jasa Laundry PT. Indah Jaya Londrindo

Danny Wilianto^{1)*}, Pujiarti^{2)†}

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾dannywillianto000@gmail.com

²⁾pujiarti.pujiarti@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Advertensi
Harga
Mutu Layanan
Kepuasan Pelanggan

Abstrak

Para peserta disurvei untuk hasil riset ini. Pengaruh pelayanan, harga dan advertensi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Indah Jaya Londrindo ditentukan dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Selanjutnya hasil diolah melalui SPSS versi 25. Metode yang digunakan dalam riset ini bersifat kuantitatif karena menggunakan metode pengumpulan data dan instrumen riset mengenai faktor-faktor yang diteliti. Data dalam riset ini diuji menggunakan Cronbach's alpha — pengujian validitas dan reliabilitas. Hipotesis riset diuji melalui analisis regresi linier berganda, pengujian r, t dan F.

Persamaan $Y = 0,751 + 0,001 X_1 + 0,558 X_2 + 0,338 X_3$ berasal dari analisis regresi linier berganda. Hal ini menunjukkan bahwa jika X_1 , X_2 , dan X_3 berubah sebesar 1 poin maka elastis Y akan berubah sebesar 0,751, 0,001, 0,558 dan 0,338.

Dengan menggunakan pengujian-t dan pengujian-F, dimungkinkan untuk menentukan apakah suatu elastis berpengaruh. Ini ditentukan dengan menjalankan hasil melalui ttabel dan thitung. Ttabel sama dengan 1,66088 dan thitung sama dengan 0,021. Selanjutnya, Ftabel dibandingkan dengan Fhitung. Elastis-elastis ini dibandingkan dengan nilai yang sesuai dari 2,70 dan 8,223. Jika ttabel lebih kecil dari thitung atau Ftabel lebih kecil dari Fhitung, maka elastis tersebut dapat dikatakan berpengaruh. Selain itu, hasil lain dapat diperiksa melalui metode ini: hasil analisis harga dengan thitung 8223 yang lebih besar dari Ttabel; hasil analisis advertensi dengan thitung 021 lebih kecil dari ttabel; dan hasil analisis mutu pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan hitung sebesar 8138 lebih besar dari ttabel. Setelah membandingkan hasil tersebut dengan yang diperoleh dari pengujian-F, disimpulkan bahwa semua elastis berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Fhitung sebesar 56574 dan tingkat kesalahan 5% — atau $\alpha = 0,05$ — dengan hasil signifikansi $0 < \alpha = 0,05$. Akibatnya, dinyatakan bahwa H_0 dapat ditolak dan H_a dapat diterima sebagai benar.

Nilai Adjusted R-square untuk Pengaruh Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,627 atau 62,7%. Artinya ketiga atribut tersebut secara simultan berpengaruh sebesar 62,7% terhadap Kepuasan Pelanggan sedangkan sisanya sebesar 37,3% dipengaruhi secara terpisah..

I. PENDAHULUAN

Setiap bisnis yang ingin bertahan dalam lanskap persaingan saat ini harus kreatif dan inovatif. Departemen pemasaran secara khusus dituntut untuk memiliki pola pikir kreatif.

* Corresponding author

† Corresponding author

Kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan yang memberikan layanan yang lebih matang. Perusahaan-perusahaan ini harus fokus pada penyediaan layanan pelanggan bermutu tinggi; ini akan membantu mereka mempertahankan bisnis mereka dan bahkan memenangkan persaingan dengan perusahaan lain (Hernawan et al. 2019). Jika pelanggan suatu instansi senang dengan produk atau jasa yang mereka terima, maka pelanggan tersebut akan membandingkan pengalaman yang mereka miliki. Mereka mungkin juga menyarankan orang lain untuk membeli dari tempat yang sama jika mereka benar-benar puas dengan apa yang mereka dapatkan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana advertensi mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo ?
2. Bagaimana harga mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo ?
3. Bagaimana mutu layanan pengaruh dengan cara parsial terhadap kebahagiaan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo??
4. Bagaimana advertensi, harga, serta mutu layanan pengaruh dengan cara simultan terhadap kesenangan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo ?

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui bagaimana advertensi mempengaruhi dengan cara parsial terhadap kesenangan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga mempengaruhi dengan cara parsial terhadap kesenangan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.
3. Untuk mengetahui bagaimana mutu layanan mempengaruhi secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.
4. Untuk mengetahui bagaimana advertensi, harga, serta mutu layanan pengaruh dengan cara total terhadap kebahagiaan pelanggan PT Indah Jaya Londrindo.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Manajemen Pemasaran

Bagi (Fandy Tjiptono 2017, 3) mengatakan bahwa manajemen penjualan merupakan serangkaian kegiatan yang dicoba untuk memotivasi permohonan atas produk ataupun jasa dalam membenarkan kalau produk dijual serta di informasikan pada klien.

Pengertian Advertensi

Bagi (Abdurrahman 2015 ,156) menyatakan bahwa Advertensi merupakan satu bauran penjualan yang dipakai untuk meningkatkan nilai klien ataupun membuat ekuitas merk dalam ingatan klien.

Pengertian Harga

Bagi Oentoro (Sudaryono 2016, 216) menyatakan bahwa Harga merupakan suatu nilai ubah yang dapat disamakan dengan uang ataupun benda lain untuk menemukan guna dari suatu benda ataupun jasa untuk seorang ataupun golongan pada durasi serta tempat khusus.

Pengertian Mutu Layanan

Menurut Ibrahim dalam (Panjaitan 2016, 8) menyatakan bahwa Mutu Layanan merupakan suatu strategi dasar dalam berbisnis yang menciptakan benda serta jasa yang bisa memenuhi keinginan dan memberikan kebahagiaan pelanggan dalam serta eksternal, dengan cara akurat ataupun sugestif.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam (Panjaitan 2016, 6) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan Kebahagiaan selaku asumsi ataupun reaksi klien terhadap pelampiasan keinginan. Keinginan merupakan evaluasi terhadap karakteristik ataupun idiosinkrasi produk ataupun jasa, ataupun produk itu sendiri, yang sediakan tingkatan kebahagiaan klien berhubungan dengan pelampiasan keinginan konsumsi klien.

III. METODE

Jenis Riset

Tipe riset yang dipakai ialah mengenakan riset Deskriptif dengan memakai pendekatan Kuantitatif. Dalam banyak kejadian yang terjalin di dalam dunia penjualan, pengarang hendak mengidentifikasi elastis bebas serta elastis terbatas, berikutnya lewat hasil kalkulasi statistik hendak dikenal seberapa besar akibat elastis bebas terhadap elastis terbatas.

Objek Riset

Subjek yang digunakan dalam riset ini yakni PT. Indah Jaya Londrindo, riset ini dicoba supaya bisa mengenali Akibat Advertensi, Harga, serta Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Indah Jaya Londrindo.

Jenis Data

Pada riset ini mengenakan tipe data Pokok, ialah sumber data yang didapat dengan cara langsung dari sumber asli, Data Pokok dalam riset ini didapat dari penyebaran angket pada responden serta melakukan wawancara, Yulia (Bougie 2019, 29).

Sumber Data

Sumber data ini diterima lewat hasil kuisisioner dari Pelanggan PT. Indah Jaya Londrindo yang sudah disebar.

Populasi

Populasi dari riset ini yakni Seluruh Pelanggan PT. Indah Jaya Londrindo.

Sampel

Dalam riset ini, sampel diambil dengan metode *random sampling* kepada pelanggan PT. Indah Jaya Londrindo yang berjumlah 100 pelanggan.

Teknik Analisis Data

Pada riset ini memakai program SPSS tipe 24. Dengan bermacam pengujian alhasil hendak memperoleh hasil serta kesimpulan untuk bisa memenuhi tujuan permasalahan.

Pengujian Normalitas

Percobaan normalitas memastikan apakah dalam model regresi, elastis pengacau ataupun residual mempunyai penyaluran wajar ataupun mendekati wajar. Kala data berdistribusi wajar ataupun mendekati wajar, sehingga model regresi dibilang baik.

Pengujian Multikolinearitas

Percobaan multikolinearitas mempunyai tujuan untuk mencoba apakah bisa ditemui adanya hubungan dampingi elastis leluasa (X) dalam model regresi. Dalam regresi tidak bisa terjalin multikolinearitas, maksudnya tidak bisa terjalin ikatan yang sempurna atau mendekati sempurna dampingi elastis leluasa yang membuat pertemuan.

Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan dengan tujuan memastikan apakah didalam model ada dilema ataupun permasalahan, yang berarti kalau residual untuk seluruh data pada model regresi terdapat ketidaksetaraan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan memperkirakan sejauh mana pengaruh elastis dependen terhadap elastis independen, yang membuat analisis ini dapat mendeskripsikan hubungan antar elastis tersebut.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Pemastian (R^2) merupakan metrik untuk memastikan seberapa baik model bisa mendeskripsikan alterasi dari elastis terbatas. Koefisien pemastian mempunyai nilai nihil memandakan satu. Nilai R^2 yang kecil menerangkan kalau daya elastis bebas untuk menjabarkan alterasi dalam elastis terbatas dibatasi. Nilai R^2 yang mendekati satu menerangkan kalau elastis bebas memberikan nyaris seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memperhitungkan alterasi elastis terbatas.

Pengujian Signifikansi Parsial (Pengujian T)

Percobaan t ataupun percobaan parsial dicoba dengan arti untuk mencoba akibat dengan cara parsial antara elastis leluasa terhadap elastis terikat (Sugiyono 2016, 65).

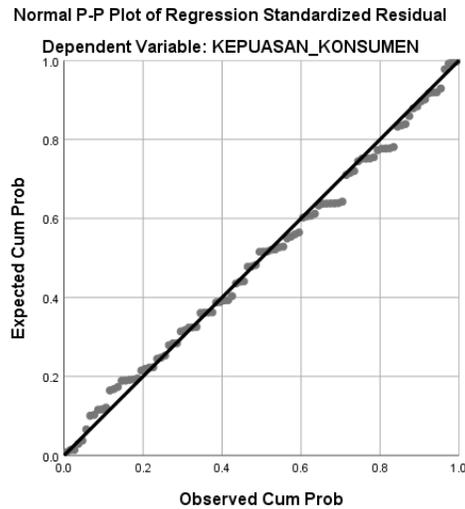
Pengujian Signifikansi Simultan (Pengujian F)

Percobaan f ataupun percobaan simultan dicoba untuk mencoba apakah elastis leluasa mempengaruhi dengan cara simultan terhadap elastis terikat (Sugiyono 2016, 65).

IV. HASIL

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1) Hasil Pengujian Normalitas



Dari lukisan diatas membuktikan data menabur disekitar garis diagonal serta menjajaki arah garis diagonal ataupun diagram histogram alhasil data membuktikan pada penyaluran wajar ataupun model yang dipakai sudah cocok persyaratan normalitas data.

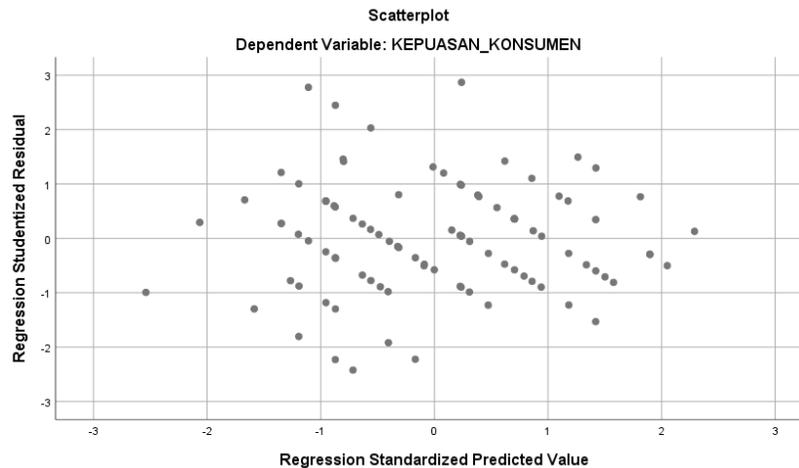
2) Hasil Pengujian Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	.751	1.713		.438	.662		
	ADVERTENSI	.001	.043	.001	.021	.984	.799	1.252
	HARGA	.558	.068	.566	8.223	.000	.793	1.261
	MUTU_LAYANAN	.338	.042	.503	8.138	.000	.987	1.014

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa Elastis Advertensi (X1), Harga (X2), Mutu Layanan (X3) menunjukkan bahwa hasil kalkulasi nilai VIF tiap- tiap elastis leluasa dalam model ada dibawah 10. Alhasil model regresi leluasa dari permasalahan multikolinieritas.

3) Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas yang memperlihatkan bahwa titik-titik terdistribusi menyebar acak diatas dan dibawah 0 (Nol) pada sumbu Y, sehingga tidak menciptakan pola yang pasti. Dapat ditarik kesimpulan bahwa riset ini terbebas dari heteroskedastisitas, sehingga riset yang dilakukan dengan model regresi ini dapat atau layak digunakan.

Hasil Pengujian Hipotesis

1) Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.751	1.713		.438	.662
	ADVERTENSI	.001	.043	.001	.021	.984
	HARGA	.558	.068	.566	8.223	.000
	MUTU_LAYANAN	.338	.042	.503	8.138	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Persamaan regresi yang diperoleh sesuai tabel di atas adalah $Y = 0,751 + 0,001 X_1 + 0,558 X_2 + 0,338 X_3$, dapat ditunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda dalam riset ini adalah:

1. Suku konstan memiliki koefisien 0,751. Nilainya dapat diartikan bahwa elastis dependen Kepuasan Pelanggan setara dengan 0,751 ketika elastis independen Advertensi, Harga dan Mutu Layanan dianggap konstan.
2. Advertensi memiliki nilai koefisien 0,001. Artinya setiap kali elastis bebas lainnya tidak berubah, perubahan elastis Advertensi sebesar 1 satuan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,01.

3. Koefisien elastis Harga adalah 0,558. Artinya setiap kali elastis Harga naik sebesar 1, Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,558. Sedangkan jika semua elastis bebas lainnya tetap, maka elastis Harga akan naik sebesar 1.
4. Elastis Service Quality X3 memiliki nilai koefisien sebesar 0,338. Artinya jika elastis bebas lainnya tetap sama dan X3 bertambah 1, maka Y akan naik sebesar 0,338.

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.799 ^a	.639	.627	1.08282	.639	56.574	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), MUTU_LAYANAN, ADVERTENSI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa :

1. Terdapat korelasi yang kuat antara besarnya hubungan antara Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan. 62,7% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh hubungan tersebut, sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh elastis lain. Koefisien korelasi untuk ketiga elastis adalah 0,799 yang menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Karena nilai probabilitas Perubahan Sig.F adalah 0,000, maka Effect Size Indicator menunjukkan bahwa Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena nilai ini di bawah 0,05, pengaruh signifikan ini bersifat simultan..

3) Hasil Pengujian Parsial (Pengujian T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.751	1.713		.438	.662		
	ADVERTENSI	.001	.043	.001	.021	.984	.799	1.252
	HARGA	.558	.068	.566	8.223	.000	.793	1.261
	MUTU_LAYANAN	.338	.042	.503	8.138	.000	.987	1.014

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Hasil pengujian :

1. Pengaruh Advertensi terhadap Kepuasan Pelanggan
 Hasil perhitungan $t(\text{hitung}) 0,021 < t(\text{tabel}) 1,66088$ dan nilai signifikan $0,984 > 0,05$ menunjukkan bahwa advertensi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka tolak H_a dan terima H_0 .
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan
 $t(\text{hitung}) 8,223 > t(\text{tabel}) 1,66088$ dan hasil perhitungan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka terima H_a dan tolak H_0 .
3. Pengaruh Mutu Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan
 Hasil perhitungan $t(\text{hitung}) 8,138 > t(\text{tabel}) 1,66088$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka terima H_a dan tolak H_0 .

4) Hasil Pengujian Simultan (Pengujian F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199.000	3	66.333	56.574	.000 ^b
	Residual	112.560	96	1.173		
	Total	311.560	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), MUTU_LAYANAN, ADVERTENSI, HARGA

Dari data pada tabel di atas, terlihat bahwa Kepuasan Pelanggan Y dipengaruhi oleh Mutu Pelayanan X3, Harga X2 dan Advertensi X1. Hal ini ditunjukkan melalui nilai Fhitung tabel sebesar 56,574 dan nilai probabilitas sig sebesar 0,000. Nilai ini lebih rendah dari 2,70 yang berarti hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.

V. KESIMPULAN

1. Kolom R Square pada elastis advertensi melaporkan nilai R-Square sebesar 0,080. Hal ini menunjukkan bahwa 7,2% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh advertensi. Sisanya 92,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam riset ini. Pengujian-t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,984— lebih tinggi dari ambang batas 5% sebesar 0,05. Artinya $0,984 > 0,05$, atau dengan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, $1,621 > 1,66088$. Akibatnya, disimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.
2. Kolom R Square pada elastis harga menunjukkan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 33,4%. Sisanya 66,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Pengujian-t menunjukkan bahwa nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5% yang berarti $0,000 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$. Hal ini berarti bahwa 8,223 lebih besar dari 1,66088, yang berarti hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Nilai R Square pada kolom Service Quality memiliki besaran sebesar 22,9%. Ini berarti bahwa 22,9% variasi kepuasan pelanggan dapat dikaitkan dengan mutu layanan. Sisanya

77,1% dapat dikaitkan dengan pengaruh luar lainnya yang tidak dipelajari dalam analisis ini. Selanjutnya, pengujian-t menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05— atau 5%— yang berarti signifikan lebih kecil dari 0,05. Selain itu, ketika membandingkan thitung dengan ttabel, disimpulkan bahwa 8,138 lebih besar dari 1,66088; akibatnya H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Dari semua pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indah Jaya Londrindo, 62,7% berasal dari pengaruh Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan. 37,3% pengaruh lainnya berasal dari elastis luar yang tidak diukur oleh riset ini; $100\% - 37,3\% = 62,7\%$. Akibatnya, pengaruh Advertensi, Harga dan Mutu Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah simultan — atau simultan dengan elastis luar lainnya. Setelah dilakukan perhitungan nilai F sebesar 56,574 maka nilai tabel untuk F adalah 2,70. Oleh karena itu, kolom COUNT untuk F hitung lebih tinggi dari F tabel; 56,574 lebih tinggi dari 2,70. Penolakan H_0 dan penerimaan H_a menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap hubungan linier antara Kepuasan Pelanggan, Harga, Mutu Pelayanan dan Advertensi. Selain itu, ini menegaskan bahwa model regresi dapat digunakan dan dianggap tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Algifari. 2016. *Mengukur Mutu Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Model Kano*. Yogyakarta.
- Angger Aditama, Roni. 2020. *Pengantar Manajemen*.
- Ernawati. 2019. “Pengaruh Mutu Produk, Inovasi Produk Dan Advertensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung.” *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7: 12.
- Firli Musfar, Tengku. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*.
- Gery, M. H. 2018. “Pengaruh Mutu Pelayanan, Lokasi Dan Advertensi Terhadap Kepuasan Pelanggan the Aliga Hotel Padang.” *Menara Ilmu*, 12(9), 92–102: 95.
- Hernawan, Eso, AgusKusnawan, Andy, Riki, dan Ricky Lihardi. 2019. “Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM.” *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*.
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. INDEKS.
- Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*.
- Mustikasari, Anita. 2020. “Analisis Pengaruh Mutu Produk Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasusfood Court Uny).” *Jurnal DINAMIKA TEKNIK*, XIII: 2.
- Panjaitan, Yosua I. 2016. “Pengaruh Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Toyota Auto 2011 Gatot Subroto Medan).”
- Pratama, Rheza. 2020. *Pengantar Manajemen*.
- Priansa. 2017. *Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Riset Kuantitatif, Kualitatif Dan Statistika*.
- Sedjati, Dr. Hj. Retina Sri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ke. Yogyakarta.
- Sherly. 2020. *Pemasaran International*. ed. Abdul Karim. Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta.
- Sugiyono, Prof. Dr. 2017. *Metode Riset Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiuono, Prof. Dr. 2018. *Metode Riset Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Cetakan 27. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono, Diana Anastasia, Fandy. 2016. *Pemasaran : Esensi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2017. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Riset)*. Yogyakarta.

Pengaruh *Return On Assets (Roa)*, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)

Eliya^{1)*}, Jenni²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾eliyastefaly@gmail.com

²⁾jenni_kal@yahoo.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Return On Assets (ROA)
Leverage
Ukuran Perusahaan
Penghindaran Pajak

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan guna menilai dampak *Return On Assets (ROA)*, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengukuran Variabel bebas yakni *return on assets* dengan rasio ROA, *leverage* dengan *debt to equity ratio (DER)*, dan ukuran perusahaan Ln(total aset). Sedangkan variabel terikat yakni penghindaran pajak diukur dengan menggunakan *effective tax rate (ETR)*.

Populasi penelitian ini menggunakan perusahaan sektor pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 sampai dengan 2021. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 6 perusahaan selama periode 5 tahun sehingga diperoleh 30 sampel data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode menggunakan regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan *software SPSS* versi 25.

Hasil uji memperlihatkan *return on assets* berdampak pada penghindaran pajak, sementara *leverage* dan ukuran perusahaan tidak mempunyai dampak pada penghindaran pajak. Secara bersamaan *return on assets*, *leverage* dan ukuran perusahaan berdampak signifikan pada penghindaran pajak.

I. PENDAHULUAN

Pajak ialah pembayaran yang wajib dilakukan oleh wajib pajak kepada pemerintah, karena pendapatan suatu negara berasal dari pajak dan sumber lainnya. Bagi wajib pajak, pajak ialah beban yang mampu menurunkan pendapatan atau laba suatu perusahaan, dan bertambah besarnya laba atau penghasilan maka semakin besar pajak yang terutang. Bagi pemerintah, pajak ialah penerimaan atau penerimaan yang akan dipergunakan untuk mendanai pengeluaran pemerintah.

Pada tahun 2021, penerimaan pajak mencapai Rp1.277,5 triliun atau 103,9 persen dari target akhir tahun sebesar Rp1.229,6 triliun. Pendapatan dari pajak mencapai Rp 1.072,1 triliun pada tahun 2020, sedangkan penerimaan pajak tahun lalu meningkat 19,2%. Penerimaan pajak ini menyoroti pemulihan ekonomi akibat dampak pandemi covid-19 (Kemenkeu.go.id, 2019).

Pajak di Indonesia sendiri bermanfaat sebagai sumber dana pemerintah, maka diharapkan wajib pajak taat akan melakukan pembayaran pajak. Ketidakpatuhan wajib pajak bisa mendorong munculnya upaya penghindaran pajak. Masih banyak kasus penghindaran pajak wajib pajak. Sebuah kasus penghindaran pajak di Indonesia yang melibatkan PT. Adaro Energy Tbk. Kasus penghindaran pajak pada tahun 2019 oleh PT. Adaro Energy Tbk yang diduga terlibat penghindaran pajak *transfer pricing* dengan mengalihkan keuntungan besar dari Indonesia ke perusahaan di negara bebas pajak atau mempunyai tarif pajak rendah dari tahun 2009 hingga 2017. PT. Adaro Energy Tbk terlibat dalam praktik penghindaran pajak sehingga perusahaan membayarkan pajak senilai US\$125 juta lebih sedikit daripada yang dibayarkan di Indonesia (Tirto.id, 2019). Penghindaran pajak berikutnya oleh tiga perusahaan teknologi raksasa Amerika Serikat seperti *Facebook*, *Microsoft*, dan *Google*. Ketiga korporasi ini melakukan penghindaran pajak di negara-negara berpenghasilan rendah dan menengah seperti Indonesia. Perusahaan-perusahaan ini memanfaatkan celah pajak global untuk menghindari USD 2,8 miliar atau pajak yang setara Rp. 41 triliun setahun (Idxchannel.com, 2020).

Penghindaran pajak ini dilakukan dengan tujuan untuk menaikkan arus kas perusahaan. Penerimaan negara dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara akan terkena dampak negatif dari penghindaran pajak perusahaan, dan penerimaan pajak di Indonesia perlu direncanakan secara matang agar memperoleh tujuan yang ditetapkan dalam anggaran negara. Rasio pajak negara Indonesia merupakan indikasi dari fenomena penghindaran pajak di Indonesia. Rasio pajak menunjukkan bagaimana negara mampu untuk menghimpun pendapatan pajak. Pemungutan pajak yang baik dapat diasumsikan di negara dengan persentase pajak yang tinggi. Pada tahun 2018, rasio pajak Indonesia adalah 10,24%, naik dari 9,89% pada tahun 2017. Pada tahun 2020, menjadi 8,33%, turun dari 9,76% pada tahun 2019. Rasio pajak akan naik menjadi 9,11% pada tahun 2021. epidemi COVID-19 dan peningkatan pasokan stimulus pajak, rasio pajak turun tahun itu (Cnnindonesia.com, 2022). Rasio tersebut berarti memperlihatkan pendapatan negara Indonesia yang bersumber dari pajak tidak maksimal.

Return On Assets yang tinggi menunjukkan manajemen aset yang sukses dan karenanya profitabilitas yang besar. Pengembalian aset yang tinggi merupakan ukuran profitabilitas perusahaan, dan tingkat profitabilitas yang tinggi dikaitkan dengan kenaikan tarif pajak yang signifikan. Akibatnya, perusahaan akan terlibat dalam strategi penghindaran pajak untuk mengurangi kewajiban pajak secara keseluruhan (Margaretha & Jenni, 2019).

Leverage ialah dana utang yang dimiliki perusahaan yang dipergunakan perusahaan untuk memperbesar *return* maupun keuntungan bisnis. Perusahaan dengan *leverage* yang signifikan memiliki sejumlah besar modal. Perusahaan yang dililit hutang akan menghadapi kesulitan keuangan yang parah. Besarnya beban bunga dalam perusahaan bisa mengurangi beban pajak, maka perusahaan dengan beban pajak yang tinggi akan ingin meminjam modal dari pihak ketiga untuk mengurangi kewajiban pajak mereka (Saputro et al., 2021).

Ukuran perusahaan yang meningkat maka akan bertambah kompleks dalam melakukan transaksinya, dan setiap transaksi ini mengandung peluang penghindaran pajak yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Lebih banyak perusahaan dengan skala yang lebih besar terlibat dalam strategi penghindaran pajak. Perusahaan biasanya diukur dengan nilai aset mereka. Jika perusahaan memiliki aset yang kecil maka hal ini akan berpengaruh pada produktifitas perusahaan, sehingga berpengaruh juga kepada laba yang didapatkan. Laba yang didapatkan dari perusahaan yang mempunyai aset yang besar akan memengaruhi tingkat pembayaran pajak perusahaan tersebut (Sari et al., 2021).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Return On Assets (ROA)

Menurut (Hery, 2016, p. 193) Analisis Laporan Keuangan *Integrated And Comprehensive Edition* mengatakan bahwa:

“Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih”.

Return On Assets (ROA) menggambarkan efektivitas dan efisiensi suatu perusahaan didalam pengelolaan aktiva dari utang atau modal sendiri. Pengukuran ini dipergunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mempergunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Makin tingginya *return on assets* maka semakin baik kapasitas perusahaan. Kemampuan dari perusahaan inilah yang akan dipergunakan oleh para investor, apabila perusahaan memiliki kemampuan yang baik maka investor akan semakin tertarik untuk menanam modal dalam perusahaan.

Berikut ialah rumus yang dipergunakan dalam perhitungan *Return On Assets* (ROA):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: (Sirait, 2019, p. 142)

Leverage

Menurut (Hery, 2016, p. 162) Analisis Laporan Keuangan *Integrated And Comprehensive Edition* menyatakan bahwa:

Rasio solvabilitas atau rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang. Dengan kata lain, rasio solvabilitas atau rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar beban utang yang harus ditanggung perusahaan dalam rangka pemenuhan aset.

Rasio yang dipergunakan ketika mengukur *leverage* ialah *Debt to Equity Ratio* (DER). DER ialah rasio yang dipergunakan untuk mengetahui perbandingan total utang dengan modal sendiri. *Debt to Equity Ratio* berguna untuk mengetahui besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang.

Berikut ialah rumus yang dipergunakan menghitung *Debt to Equity Ratio* (DER):

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber: (Sirait, 2019, p. 135)

Ukuran Perusahaan

Menurut (Toni & Leny, 2021, p. 13) dalam buku *Analisis Partial Least Square* Studi pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia menyimpulkan bahwa:

“Ukuran perusahaan adalah skala yang dipergunakan untuk mengukur besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dilihat berdasarkan total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar”.

Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa kategori yang akan turut memengaruhi terjadinya penghindaran pajak.

Berikut ialah indikator yang dipergunakan untuk mengukur ukuran perusahaan:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Aset)$$

Sumber: (Toni & Leny, 2021, p. 14)

Penghindaran Pajak

Menurut (Firmansyah & Ajeng Triastie, 2021, p. 21) berdasarkan buku *Bagaimana Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Risiko, Efisiensi Investasi*, menyatakan bahwa:

Penghindaran pajak merupakan serangkaian perencanaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi beban pajak dengan memanfaatkan peluang atau celah peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam penelitian ini pengukuran penghindaran pajak diproksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR). ETR ini menunjukkan bahwa dengan rendahnya nilai ETR maka makin tinggi tingkat penghindaran pajak.

Berikut ialah rumus yang dipergunakan untuk menghitung penghindaran pajak:

$$Effective\ Tax\ Rate\ (ETR) = \frac{Beban\ Pajak}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$$

Sumber: (Noviyani & Muid, 2019)

Hipotesis Penelitian

H1: *Return On Assets* berdampak pada penghindaran pajak.

H2: *Leverage* berdampak pada penghindaran pajak.

H3: Ukuran perusahaan berdampak pada penghindaran pajak.

H4: *Return On Assets*, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan berdampak pada penghindaran pajak.

III. METODE

Penelitian ini memakai metode kuantitatif asosiatif, karena data yang didapat kemudian diperiksa dalam bentuk angka-angka dan rasio-rasio yang akan dihitung dan ditarik kesimpulan apakah angka-angka tersebut menunjukkan adanya pengaruh terhadap objek yang diteliti atau tidak. Populasi menggunakan perusahaan sektor pertambangan di BEI 2017-2021.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam hal ini mempergunakan seluruh perusahaan sektor pertambangan di BEI tahun 2017-2021. Populasi dibagi menjadi sampel berdasarkan kriteria penelitian. Sampel dalam penelitian ini mempergunakan teknik *non probability sampling* yakni metode *purposive sampling* yang ditentukan berdasarkan suatu kriteria. Sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 6 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk menjadi sampel penelitian dalam periode 2017-2021 dan mempergunakan 5 periode tahun penelitian. Jadi total sampel yang diteliti berjumlah 30 data.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini mempergunakan teknik dokumentasi dan literatur pustaka. Teknik ini dilakukan dengan cara mencari dan mengunduh data dan informasi terkait penelitian yang dilakukan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id dan www.idnfinancials.com).

Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini akan diolah mempergunakan *software statistic* yakni SPSS versi 25. Pengujian yang akan dilakukan yakni:

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif ialah menghitung minimum, standar deviasi, nilai rata-rata, dan maksimum dari kumpulan data yang bersangkutan. Data dijelaskan dengan cara yang lugas dan mudah dipahami oleh statistik deskriptif.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan untuk mengetahui sebaran nilai residual. Nilai residual yang berdistribusi normal akan membentuk kurva.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat ditunjukkan guna menilai apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan menentukan periode t dan periode $t-1$ kesalahan pengganggu dalam persamaan regresi linier terkait. Model regresi yang normal ialah data yang tidak memiliki dari autokorelasi. Metode pengujian mempergunakan uji *Durbin-Watson (DW test)*.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik ialah yang homokedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran.

3. Uji Statistik

a. Analisis Koefisien Determinasi

Kemampuan suatu variabel untuk mempengaruhi variabel lain diukur dengan koefisien determinasinya. Tujuan dari analisis koefisien determinasi adalah untuk memastikan sejauh mana faktor independen yang berbeda mempengaruhi variabel dependen. Jika R kuadrat (R²) lebih dari 0,5, korelasinya kuat.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk analisis regresi linier berganda, hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas bersifat linier. Tujuan analisis ini adalah untuk menyediakan hubungan numerik antara sejumlah variabel independen dan satu variabel dependen. Persamaan untuk regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Sumber: (Rachbini et al., 2018, p. 88)

4. Uji Hipotesa

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Setiap variabel independen diuji secara terpisah untuk mengetahui pengaruhnya pada variabel dependen. Nilai sig yang digunakan dalam analisis ini ialah 0,05. Hipotesis nol (H₀) diterima jika dan hanya jika $t \text{ sig} < \alpha = 0,05$. Menolak hipotesis H₀ jika $t \text{ sig} > \alpha = 0,05$.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Simultan F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas dapat memengaruhi variabel terikat. Pengujian ini didasarkan pada tingkat signifikansi 5%. Menerima H_a dan menolak H₀ pada nilai $\text{sig} < \alpha = 0,05$. Jika nilai $\text{sig} > \alpha 0,05$, maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H₀) diterima.

IV. HASIL

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.365	.292	130.48045

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Return On Assets, Leverage

b. Dependent Variable: Penghindaran Pajak

Uji koefisien determinasi di atas, faktor independen (*return on assets*, *leverage*, dan ukuran perusahaan) hanya menjelaskan 29,2% dari variabel dependen (penghindaran pajak), sedangkan sisanya 0,708 (70,8%) diuraikan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kemampuan variabel bebas yakni *leverage*, ukuran perusahaan, dan *return on assets* dalam menjelaskan variabel terikat yakni penghindaran pajak hanya memberikan pengaruh yang kecil karena hanya senilai 0,292 yang dimana nilai tersebut dibawah 0,5.

2. Hasil Uji Hipotesa

a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-39.371	696.529		-.057	.955
	Return On Assets	-1.479	.391	-.670	-3.782	.001
	Leverage	-.054	.065	-.174	-.826	.416
	Ukuran Perusahaan	.018	.023	.153	.787	.438

a. Dependent Variable: Penghindaran Pajak

Dari tabel diatas, diketahui kesimpulan hipotesis yakni:

a. Pengaruh *return on assets* terhadap penghindaran pajak

Variabel *return on assets* yang diukur dengan total laba bersih dibagi total aset memiliki tingkat signifikansi senilai $0,001 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel *return on assets* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian (H1) diterima, sehingga menghasilkan kesimpulan bahwa *return on assets* berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

b. Pengaruh *leverage* terhadap penghindaran pajak

Variabel *leverage* yang diukur dengan proksi *debt to equity ratio* memiliki tingkat signifikansi senilai 0,416 yang lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian (H2) ditolak dan dapat ditarik kesimpulan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

c. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak

Berdasarkan hasil pengujian variabel ukuran perusahaan memiliki tingkat signifikansi senilai $0,438 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak. Maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian (H3) ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penghindaran pajak.

b. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Simultan F)

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Simultan F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	254921.131	3	84973.710	4.991	.007 ^b
	Residual	442653.836	26	17025.148		
	Total	697574.967	29			

a. Dependent Variable: Penghindaran Pajak

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Return On Assets, Leverage

Tabel di atas menunjukkan bahwa *return on assets*, *leverage*, dan ukuran perusahaan mempengaruhi penghindaran pajak secara bersamaan, dengan nilai sig 0,007 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *return on asset*, *leverage*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap penghindaran pajak dengan kata lain (H4) dalam penelitian diterima.

V. KESIMPULAN

1. Pengujian hipotesis, pada tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, variabel *return on assets* berdampak pada penghindaran pajak. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian (H1) dapat diterima, ditentukan bahwa pengembalian aset secara signifikan mempengaruhi penghindaran pajak.
2. Pengujian hipotesis, dengan tingkat signifikansi $0,416 < 0,05$, tidak ada hubungan antara *leverage* yang tinggi dengan penghindaran pajak. Karena pengaruh *leverage* pada penghindaran pajak tidak diharapkan, hipotesis nol penelitian (H2) dapat ditolak.
3. Hubungan antara ukuran perusahaan dan penghindaran pajak diuji pada tingkat signifikansi $0,438 > 0,05$. Jadi H3 ditolak karena tidak ditemukan hubungan antara ukuran perusahaan dan penghindaran pajak.
4. Hasil dari analisis, bahwa *return on assets*, *leverage*, dan ukuran perusahaan semuanya berinteraksi untuk mempengaruhi penghindaran pajak. Secara khusus, uji F menghasilkan nilai sig $0,007 < \alpha = 0,05$, dengan demikian hipotesis nol penelitian (H4) diterima.

Saran

1. Penelitian berikutnya disarankan agar mempergunakan variabel independen dengan jumlah yang lebih banyak dari penelitian ini dengan harapan untuk mendapatkan pembahasan yang lebih luas, seperti *corporate social responsibility*, *sales growth*, likuiditas, dan tingkat pajak.
2. Riset di luar perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, atau bahkan ke industri lain, sangat dianjurkan.
3. Studi selanjutnya disarankan untuk memperpanjang jangka waktu yang dicakup.
4. Penelitian selanjutnya disarankan agar memakai proksi pengukuran penghindaran pajak yang berbeda dengan proksi yang digunakan pada penelitian ini, seperti menggunakan proksi CETR pada penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Cnnindonesia.com. (2022). *Masih Satu Digit, Rasio Perpajakan RI 9,11 Persen pada 2021*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220210134313-532-757509/masih-satu-digit-rasio-perpajakan-ri-911-persen-pada-2021>
- Firmansyah, A., & Ajeng Triastie, G. (2021). *Bagaimana Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Risiko, Efisiensi Investasi?* Adab.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan Integrated And Comprehensive Edition*. Grasindo.
- Idxchannel.com. (2020). *Termasuk Indonesia, Google dan Microsoft Mangkir Bayar Pajak Rp41 Triliun*. <https://www.idxchannel.com/market-news/termasuk-indonesia-google-dan-microsoft-mangkir-bayar-pajak-rp41-triliun>
- Kemenkeu.go.id. (2019). *Ini Capaian APBN 2018*. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-capaian-apbn-2018/>
- Margaretha, M., & Jenni. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 11(2), 1–14. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/akunto/article/view/276/146>
- Noviyani, E., & Muid, D. (2019). Pengaruh Return on Assets, Leverage, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap, dan Kepemilikan Institusional terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1–11.
- Rachbini, W., Sumarto, A. H., & Rachbini, D. J. (2018). *Statistika Terapan: Cara Mudah dan Cepat Menganalisis Data*. Mitra Wacana Media.
- Saputro, S. U., Nurlaela, S., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2019. *Akuntansi Perpajakan*, 22(Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2019), 6. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap>
- Sari, D., Wardani, R. K., & Lestari, D. F. (2021). The Effect of Leverage, Profitability and Company Size on Tax Avoidance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(4), 860–868.
- Sirait, P. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Expert.
- Tirto.id. (2019). *DJP Dalami Dugaan Penghindaran Pajak PT Adaro Energy*. <https://tirto.id/djp-dalami-dugaan-penghindaran-pajak-pt-adaro-energy-edKk>
- Toni, N., & Leny, A. (2021). *Analisis Partial Least Square Studi pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Merdeka Kreasi Group.

Pengaruh Sistem perpajakan, Keadilan Pajak dan Tarif Pajak Terhadap Penggelapan Pajak pada KPP Pratama Tangerang Timur

Emel Rensiana Weti¹⁾*, Sutandi²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾rensianaweti18@gmail.com

²⁾sutandi023@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Sistem Perpajakan 1
Keadilan Pajak 2
Tarif Pajak 3
Penggelapan Pajak 4

Menurut (Mardiasmo 2018) Pajak merupakan iuran wajib yang harus disumbangkan oleh masyarakat umum ke kas negara yang memaksa dengan imbalan manfaat yang melayani kebutuhan negara dan dinikmati oleh masyarakat umum. Sudah banyak kasus penghindaran pajak di Indonesia yang merugikan negara. Karena banyaknya perilaku yang tidak boleh dilakukan oleh wajib pajak dan petugas pajak, hal ini membuat penghindaran pajak dapat diterima secara moral atau rasional.

Kategorisasi skripsi ini bermaksud untuk mengenali akibat sistem perpajakan, kesamarataan pajak serta bayaran pajak terhadap kecurangan pajak pada KPP Pratama Tangerang Timur. Riset ini dicoba dengan metode megedarkan angket dengan tata cara Convenience sampling, ialah ilustrasi yang di raih gampang dihubungi, tidak menyusahkan, gampang untuk mengukur serta berkarakter koperatif. Tata cara analisa yang dipakai dalam peelitian ini merupakan regresi linier berganda serta memakai SPSS 22.

Bersumber pada hasil analisa membuktikan kalau sistem perpajakan serta kesamarataan pajak mempengaruhi minus penting terhadap etika kecurangan pajak, Sebaliknya bayaran pajak mempengaruhi positif penting terhadap kecurangan pajak. Elastis yang sangat pengaruhi kecurangan pajak merupakan bayaran pajak sebab mempunyai nilai *Unstandardized Coefficients B 0,794*.

Kata kunci : Sistem Perpajakan, Keadilan Pajak dan Tarif Pajak

I. PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber ekonomi Indonesia sebagai negara berkembang. Tidak dapat disangkal bahwa pajak merupakan salah satu penentu kunci dalam perkembangan Indonesia, termasuk membangun infrastruktur dan sumber daya manusia untuk kesejahteraan dan kemajuan negara. Pendapatan pajak tumbuh dari tahun ke tahun,

tetapi meskipun hal itu terjadi secara konsisten, ada kemungkinan bahwa penggelapan pajak akan menyebabkan penurunan pendapatan.

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007, yang mengatur Pasal 1 ayat 1 Peraturan Umum Perpajakan, perpajakan adalah iuran wajib pajak kepada negara atau badan hukum, yang dipungut menurut ketentuan undang-undang, dan tidak dikompensasikan secara langsung. Keuntungannya akan digunakan untuk kepentingan rakyat dan negara. Menurut definisi, pajak digunakan untuk membayar pengeluaran pemerintah yang membantu masyarakat berkembang. Pajak, di sisi lain, adalah biaya atau beban bagi wajib pajak karena mengurangi pendapatan yang dihasilkannya. Data menunjukkan bahwa sebagian besar wajib pajak terus berjuang untuk membayar pajak tepat waktu dan selalu berusaha untuk menyiasatinya.

Dinas Pendapatan Dalam Negeri merupakan salah satu instansi terkait yang penting di Pusat Penagihan Pajak (KPP). KPP penting dalam memberikan pelayanan perpajakan kepada Wajib Pajak dalam menghitung, menyetor atau melaporkan pajak yang terutang. KPP bertujuan untuk mensukseskan semua peraturan dan pedoman yang dirumuskan atau diarahkan oleh Direktorat Jenderal Pajak dengan memberikan berbagai kemudahan untuk membantu Wajib Pajak dalam menangani masalah perpajakan, khususnya penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Perpajakan

Sistem perpajakan merupakan modifikasi dari sistem perpajakan yang lebih berhasil, efektif, dan efisien. Sistem perpajakan diubah untuk meningkatkan kinerja perpajakan, yaitu memaksimalkan pemungutan pajak. Reformasi perpajakan adalah perubahan dalam sistem perpajakan yang memerlukan pembuatan undang-undang dan kebijakan perpajakan baru yang akan menjadi landasan bagi penyesuaian sistem administrasi perpajakan di masa mendatang.

Salah satu faktor terpenting yang mendukung pemungutan pajak di suatu negara adalah sistem pajak atau sistem pemungutan pajak. Struktur perpajakan yang lugas digunakan untuk mereformasi sistem perpajakan Indonesia. dimana ada kejelasan hukum dan kesetaraan ekonomi adalah tujuannya. Sistem harus lugas agar wajib pajak atau otoritas pajak dapat memahami dan menggunakannya. dan secara umum, Indonesia memiliki tiga metode pemungutan pajak yang berbeda..(Faradiza 2018)

1. Self assesment system, ialah sistem pemungutan pajak yang mengharuskan wajib pajak untuk memastikan besarnya pajak yang wajib dibayar. (Sudiartana2 and Dicriyani 2021). Ataupun, dengan tutur lain, wajib pajak merupakan orang individu ataupun tubuh yang turut aktif membagi, melunasi, serta mengatakan besarnya pajak pada Kantor Jasa Pajak (KPP) ataupun lewat sistem administrasi online. Kedudukan pemerintah dalam sistem pemungutan pajak ini terbatas pada pengawas wajib pajak.

Karakteristik sistem pemungutan pajak Self Assesment :

- 1) Wajib Pajak memastikan jumlah pajak yang terutang.
- 2) Mulai dari enumerasi, pembayaran, serta peliputan pajak, wajib pajak berfungsi aktif dalam penunjang peranannya.

3) Melainkan Wajib Pajak telanjur melapor, telanjur beri uang pajak yang terutang, ataupun ada pajak yang sepatutnya dibayar oleh Wajib Pajak namun tidak dibayar, pemerintah tidak lagi diharuskan menerbitkan Pesan Ketetapan Pajak.

2. Official Assesment System, Pajak terutang hanya ada ketika surat ketetapan pajak dikirim oleh otoritas pajak dalam sistem perpajakan resmi, di mana wajib pajak tetap pasif. Akibatnya, Wajib Pajak hanya membayar PBB sesuai dengan Surat Setoran Pajak Terutang dan tidak perlu menghitung pajak yang terutang.

Ciri-ciri sistem perpajakan Official Assesment :

- 1) Aparat pajak memastikan besarnya pajak yang terutang.
- 2) Cara pembayaran pajak berkarakter adem ayem untuk wajib pajak.
- 3) Pajak terutang sehabis interogator pajak memastikan jumlah pajak yang terutang serta mengirimkan pesan ketetapan pajak.
- 4) Pemerintah mempunyai wewenang untuk memilah berapa pajak yang terutang.

3. Withholding system, Dalam sistem pemotongan, jumlah pajak dihitung oleh pihak ketiga yang bukan wajib pajak ataupun aparat pajak. Selaku ilustrasi, pendapatan karyawan mungkin ditahan oleh bendahara agen terikat. Dengan demikian, pegawai tidak lagi diwajibkan membayar pajak di KPP.

Keadilan Pajak

Menerapkan sistem perpajakan saat ini secara adil dikenal sebagai keadilan pajak. Tingkat kepatuhan akan menurun jika standar keadilan yang lebih rendah berlaku, yang menunjukkan bahwa akan ada kecenderungan untuk penyimpangan seperti penggelapan pajak yang lebih tinggi.

Keadilan berkaitan dengan bagaimana perasaan wajib pajak tertentu. Topik apakah sistem perpajakan saat ini telah beroperasi sebagaimana mestinya berdasarkan undang-undang yang relevan dan tanpa penyimpangan diangkat oleh wajib pajak. Keadilan adalah prinsip atau tindakan lain yang dapat menghasilkan penilaian pajak yang berbeda untuk wajib pajak yang berbeda.

Menurut (Pratiwi and Prabowo 2019) Penggelapan pajak juga dapat merupakan hasil dari keadilan pajak karena berdampak pada bagaimana individu berperilaku dan mendorongnya. Keadilan pajak dapat dilihat dari bagaimana pemerintah memperlakukan masyarakat, yang akan mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku dan mendorong terjadinya penggelapan pajak.

Sama halnya dengan membayar pajak, wajib pajak menginginkan perlakuan yang sama karena perlakuan yang adil merupakan keinginan universal. Kewajaran dan keadilan mengacu pada perlakuan yang sebanding dengan keuntungan wajib pajak dan kemampuan perpajakan.

Keadilan adalah pajak lain yang harus sepadan dengan kemampuan membayar seseorang dan keuntungan yang diperolehnya. Setiap warga negara diharuskan atau berkewajiban untuk berkontribusi pada pengeluaran pemerintah. Beban pemerintah cukup ditanggung oleh masyarakat pembayar pajak (*government cost*).

Oleh karena itu, sistem perpajakan yang adil bagi setiap wajib pajak dengan prinsip keadilan dan sejalan dengan manfaat yang diterima wajib pajak menjadi temuan utama peneliti. Hal ini tergantung pada kemampuan wajib pajak untuk membayar pajak juga.

Keadilan pajak mencakup dua hal :

1. Keadilan Vertikal, yang menyatakan bahwa seseorang dengan pendapatan yang lebih tinggi harus membayar pajak lebih banyak. Soal itu, keadilan vertikal (wajib pajak).
2. Keadilan Horizontal, Keadilan Horizontal, di mana dua orang yang menghasilkan jumlah uang yang sama dikenakan pajak yang sama. Dari perspektif objek, keadilan horizontal terlihat.

Tarif Pajak

Keadilan harus menjadi dasar penentuan tarif pajak. Tarif pajak digunakan di Indonesia untuk memungut pajak (Ervana 2019) Besarnya pajak yang wajib dibayar ditetapkan oleh bayaran pajak yang merupakan persentase.

Tarif pajak yang tinggi akan berdampak pada etika penggelapan pajak. Menurut penelitian tertentu, penggelapan pajak lebih mungkin terjadi pada tarif pajak yang lebih tinggi karena menempatkan beban yang lebih berat pada pembayar pajak dan menurunkan pendapatan mereka.

Tarif pajak saja tidak menentukan apakah seseorang akan membayar pajak atau tidak; sebaliknya, seluruh sistem pajak memiliki peran. Wajib pajak akan kurang patuh dan lebih mungkin untuk terlibat dalam penghindaran pajak jika tarif pajak tidak ditetapkan dengan tepat. Ada kategori bayaran pajak yang berlainan, serta tiap jenis mempunyai nilai bayaran pajak yang berlainan. Selanjutnya ini merupakan 4 tipe jenis bayaran pajak:

1. Tarif Progresif, yaitu tarif pemungutan pajak yang naik secara proporsional terhadap dasar pengenaan pajak. Rancangan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (RUU HPP) yang disahkan dalam Rapat Paripurna DPR pada 7 Oktober 2021 telah mengubah hukum perpajakan di Indonesia. Banyak modifikasi telah dilakukan pada undang-undang perpajakan, dan salah satunya adalah tarif pajak individu yang baru. Tarif ini berlaku bagi masyarakat yang baru saja merevisi aturan yang sebelumnya Pasal 17 UU PPh memuat peraturan (UU PPh). Berikut tarif pajak orang pribadi berdasarkan UU HPP yang diubah Pasal 17 ayat (1) huruf a UU PPh :

Tabel I.1
Tarif Progresif

UU PPH		UU HPP	
Lapisan Penghasilan Kena Pajak	Tarif	Lapisan Penghasilan Kena Pajak	Tarif
0 sampai dengan Rp.50.000.000,-	5%	0 sampai dengan Rp.60.000.000,-	5%
Diatas Rp.50.000.000,- sampai dengan Rp.250.000.000,-	15%	Diatas Rp.60.000.000,- sampai dengan Rp.250.000.000,-	15%
Diatas Rp.250.000.000,- sampai dengan Rp.500.000.000,-	25%	Diatas Rp.250.000.000,- sampai dengan Rp.500.000.000,-	25%
Diatas Rp.500.000.000,-	30%	Diatas Rp.500.000.000,- sampai dengan Rp.5.000.000.000,-	30%
		Diatas Rp.5.000.000.000,-	35%

Sumber : *cermati.com* definisi tarif pajak.

2. Bayaran pajak degresif merupakan bayaran yang kurang dari persentase yang digunakan untuk mendukung pengenaan pajak yang tinggi. Akibatnya, meskipun persentasenya turun, jumlah total pajak yang terutang tidak akan berubah.. Dan karena jumlah yang digunakan sebagai dasar perpajakan semakin meningkat, maka akan semakin tinggi.
3. Tarif Proporsional, yang memiliki tarif persentase yang telah ditetapkan walaupun dasar pengenaan pajaknya berubah, seperti Pajak Pertambahan Nilai (10%), PBB (0,5%), Tarif Pajak Ekspor 0% untuk Barang Kena Pajak, dan lain-lain. Tujuan tarif pajak proporsional adalah untuk memungkinkan Indonesia mencapai tarif pajak yang dibayar setara.
4. Tarif pajak tetap atau regresif memiliki nilai nominal tetap terlepas dari berapa banyak yang digunakan untuk menghitung pajak. Contoh tarif pajak yang secara konsisten cocok dengan ketentuan yang sudah diberlakukan merupakan banderol cap yang mempunyai nilai nominal Rp. 3.000, Rp. 6.000, dan Rp. 10.000. Ini adalah definisi lain dari tarif tetap.

Penggelapan Pajak

Serangkaian kegiatan yang dilakukan dengan melanggar undang- undang perpajakan yang legal untuk menjauhi pembayaran pajak diketahui selaku penangkisan pajak. Penggelapan pajak adalah tindakan wajib pajak yang terus-menerus berusaha untuk menghindari membayar pajak mereka, suatu pelanggaran hukum yang terang-terangan.

Menurut McGee (2006) dalam (Sariani, 2016) Karena uang pajak tidak digunakan secara adil dan wajib pajak tidak diberi kompensasi atas pajak yang dibayarkan, penghindaran pajak dipandang sebagai benar secara moral karena hal itu menghambat kepatuhan wajib pajak dan merusak kepercayaan publik pada lembaga yang bertanggung jawab untuk mengumpulkan pajak.

Petugas pajak bukan satu-satunya yang melaporkan kasus penggelapan pajak; baik wajib pajak perorangan maupun bisnis sering kali mengungkapkan keinginan untuk mengurangi kewajiban pajak mereka. Bahkan, banyak pembayar pajak merenungkan mengapa mereka harus membayar pajak sama sekali. Ketika saya dapat membayar lebih sedikit, mengapa saya harus melakukannya? Dengan demikian, dalam upaya mengurangi beban pembayaran pajak, wajib pajak akan melakukan penghindaran pajak.

III. METODE

Untuk mengumpulkan data dalam riset ini, angket dipakai selaku metodologi survey. Data yang dipakai dalam riset ini merupakan data kuantitatif, ataupun data riset yang sudah dihidangkan dengan cara numerik dan dievaluasi secara statistik. Ini juga merupakan informasi penting.

Peneliti meminta responden untuk mengisi kuesioner untuk mengumpulkan data statistik, dan responden harus layak di mata peneliti. Responden yang dimaksud biasanya memiliki hubungan dengan subjek yang diteliti, menjadikannya kandidat yang baik untuk mengisi kuesioner yang dibutuhkan dan relevan kepada peneliti.

Pengambilan sampel non-probabilitas, dan tidak memberikan peluang ataupun peluang yang serupa pada tiap badan populasi untuk diseleksi selaku ilustrasi, metode pengumpulan ilustrasi yang dipakai dalam riset ini. Convenience sampling, yang mengacu pada berbagai teknik pemilihan responden, adalah jenis pendekatan sampling non-probabilitas yang dipilih. Sampel kenyamanan adalah sampel yang mudah dijangkau, tidak merepotkan, mudah diukur, dan kooperatif.

Wajib Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tangerang Timur merupakan sampel riset yang peneliti pilih. Pendekatan sampling Convenience digunakan karena memberikan kebebasan kepada peneliti untuk dengan cepat memilih sampel dari populasi yang datanya dapat diakses oleh mereka.

1. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif bisa memberikan cerminan ataupun cerminan mengenai suatu data supaya lebih nyata serta gampang dimengerti. Data statistik deskriptif bisa memberikan informasi yang diserahkan dengan cara singkat serta bisa digunakan untuk menentukan apakah ukuran distribusi data normal atau tidak.

2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data/instrumen dilakukan terlebih dahulu, baru kemudian dilakukan penelitian yang sebenarnya. Untuk mengenali percobaan keabsahan serta reliabilitas instrumen yang dipakai dalam riset, maka harus dilakukan uji kualitas data/instrumen. Untuk mendapatkan hasil yang valid dan dapat dipercaya.

3. Uji Validitas

Menurut (Muhidin, 2012) Hasil uji coba responden ditentukan dalam populasi yang serupa namun di luar ilustrasi riset. Menurut pandangan (Singarimbun and Effendi 2015) yang menyatakan bahwa jumlah kuesioner uji coba minimal adalah 30 responden, jumlah sampel yang diperoleh adalah 30 responden. Distribusi nilai akan menyerupai distribusi normal bila terdapat minimal 30 peserta.

4. Uji Reliabilitas

reliabilitas dilakukan untuk menentukan apakah variabel betul-betul bebas dari kesalahan untuk menghasilkan temuan yang reliabel bahkan setelah mereka menjalani banyak pengujian.

5. Uji Asumsi Klasik

Salah satu kendala yang diuji untuk regresi linier berganda adalah asumsi klasik. Tes ini memeriksa apakah asumsi model regresi linier dapat dipenuhi untuk memberikan estimator yang tidak normal.

Percobaan normalitas data, percobaan multikolinearitas, serta percobaan heteroskedastisitas ialah percobaan anggapan konvensional yang diaplikasikan dalam riset ini. Serta Data dalam riset ini tidak tergantung pada durasi (time series), alhasil tidak dibutuhkan percobaan autokorelasi.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien pemastian (R^2) pada dasarnya memperhitungkan seberapa efisien model bisa menerangkan pergantian elastis terbatas (Ghozali 2017). Kemampuan variabel bebas untuk mempengaruhi variabel terikat diukur dengan koefisien determinasi. Nilai R^2 yang disesuaikan menentukan hasil uji koefisien. Sedangkan jika nilainya mendekati 1 (satu) menunjukkan bahwa variabel independen hampir sepenuhnya mampu memprediksi variabel dependen, dan jika nilainya mendekati 0 (nol) menunjukkan bahwa variabel independen kurang mampu untuk memprediksi variabel dependen. (Parameswari et al. 2021)

7. Uji Parsial (Uji Statistik t)

Percobaan ini pada dasarnya membuktikan seberapa besar varians dalam elastis terbatas itu sendiri bisa dipaparkan oleh cuma satu elastis bebas. Tingkatan signifikansi statistik uji- t merupakan 5%. Bila hasil signifikansi statistik dari percobaan t merupakan $t < 0,05$, anggapan pengganti, yang melaporkan kalau elastis bebas mempunyai akibat yang penting terhadap elastis terbatas, diterima.

8. Uji Simultan (Uji Statistik F)

Percobaan statistik F memperhitungkan apakah tiap elastis bebas dalam model pengaruhi elastis terbatas lekas ataupun lelet (Ghozali 2017). Percobaan F dipakai untuk memastikan kesesuaian model regresi linier berganda yang diseleksi. Situasi selanjutnya bisa dipakai untuk menyudahi apakah hendak menyambut ataupun menyangkal anggapan.

9. Analisa Regresi Berganda

Dalam riset ini, analisa regresi linier berganda dipakai untuk pengetesan anggapan. Untuk membenarkan ikatan linier antara 2 ataupun lebih elastis leluasa dengan elastis terikat, dicoba analisa regresi linier berganda. (Ghozali 2017). Model regresi selanjutnya dipakai dalam analisa ini untuk memandang apakah elastis bebas (X_1 , X_2 , serta X_3) mempunyai akibat terhadap elastis terbatas n (Y):

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Ada pula pemaparan atas pertemuan model regresi, selaku selanjutnya :

Y = Variabel dependen (Etika Penggelapan Pajak)

a = Nilai Intercept atau konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi linear

X = Variabel Independen yang terdiri dari :

X_1 = Sistem Perpajakan

X_2 = Keadilan Pajak

X_3 = Tarif Pajak

e = error

Tingkat kepentingan tiap-tiap elastis bebas dalam pengaruhi elastis terbatas bisa didetetapkan dari hasil pertemuan regresi. Aplikasi SPSS(Statistical Product and Service Solution) yang digunakan untuk membantu perhitungan ini untuk menguji uji sampel independen dan analisis diskriminan untuk menguji hipotesis.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Tabel IV.8
Coefficients Determinasi X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.586 ^a	.343	.319	1.615

Berdasarkan hasil analisis di atas terlihat diperoleh koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,343. Ini memberi arti bahwa variabel Sistem perpajakan, Keadilan pajak dan Tarif pajak secara simultan sama-sama memberikan pengaruh sebesar 34,3%. Dengan demikian sekitar 65,7% penggelapan pajak di pengaruhi oleh faktor lain di luar Sistem perpajakan, Keadilan pajak dan Tarif pajak yang tidak ada dalam penelitian ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

Tabel IV.9
Uji Parsial (uji t)

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		2.736	.008
Sistem Perpajakan	-.420	-3.562	.001
Keadilan Pajak	-.423	-3.634	.000
Tarif Pajak	.563	6.013	.000

Hipotesis Pertama : Pengaruh Sistem Perpajakan terhadap Penggelapan Pajak

Informasi yang diperoleh dari hasil tabel analisis menunjukkan bahwa nilai thitung variabel sistem perpajakan adalah 3,562 dengan nilai Sig. 0,001. Nilai thitung ini memiliki nilai 1,989 jika dibandingkan dengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan df (85-2) = 83. Setelah dibandingkan, diketahui bahwa nilai thitung lebih tinggi dari nilai ttabel (3,562 > 1,989). Demikian pula dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima dengan menggunakan taraf signifikansi (p-value), nilai nilai Sig (0,001 0,05), dan faktor lainnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa perpajakan berdampak pada penghindaran pajak.

Hipotesis Kedua : Pengaruh Keadilan Pajak terhadap Penggelapan Pajak

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari tabel analisis di atas, nilai thitung variabel keadilan pajak adalah 3,634 dan memiliki tingkat signifikansi 0,000. Nilai thitung ini memiliki nilai 1,989 jika dibandingkan dengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan df (85-2) = 83. Setelah dibandingkan, diketahui bahwa nilai thitung lebih tinggi dari nilai ttabel (3,634 > 1,989). Serupa dengan tingkat signifikansi (p-value), yang ditentukan dengan menggunakan nilai nilai Sig (0,000 0,05), jelas bahwa H0 ditolak dan Ha disetujui. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa keadilan pajak mempengaruhi penghindaran pajak.

Hipotesis Ketiga : Pengaruh Tarif Pajak terhadap Penggelapan Pajak

Informasi yang diperoleh dari hasil tabel analisis di atas menunjukkan bahwa nilai thitung variabel tarif pajak sebesar 6,013 dengan nilai Sig. 0,000. Nilai thitung ini memiliki nilai 1,989 jika dibandingkan dengan nilai ttabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan df (85-2) = 83. Dari perbandingan diketahui bahwa nilai thitung lebih tinggi dari ttabel (6.013 1,989). Sama halnya dengan tingkat signifikansi (p-value), dapat dikatakan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima berdasarkan nilai Sig> (0,000 0,05). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tarif pajak berdampak pada penghindaran pajak.

Tabel IV.10
Uji F (Anova)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.393	3	36.798	14.106	.000 ^b
	Residual	211.301	81	2.609		
	Total	321.694	84			

Berdasarkan hasil uji F pada tabel Anova diatas diperoleh nilai Fhitung sebesar 14,106 dengan Sig. 0,000. Nilai Ftabel adalah 2,717 ketika temuan Fhitung dibandingkan dengan Ftabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan df (81:3).

Setelah dibandingkan, diketahui bahwa F_{hitung} memiliki nilai yang lebih tinggi dari F_{tabel} ($14,106 > 2,717$). Sama halnya dengan tingkat signifikansi (p-value), bisa disimpulkan kalau H_0 ditolak serta H_a diperoleh dengan memandang nilai nilai Sig(0, 000 0, 05). Oleh sebab itu, bisa disimpulkan kalau kecurangan pajak dipengaruhi dengan cara berbarengan oleh sistem perpajakan, kesamarataan pajak, serta bayaran pajak.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Di Kantor Pelayanan Pajak Tangerang Timur, sistem perpajakan memiliki dampak merugikan yang cukup besar terhadap etika penghindaran pajak. Akibatnya, penggelapan pajak semakin kecil kemungkinannya terjadi semakin baik sistem perpajakan, dan kebalikannya, terus menjadi kurang baik sistem perpajakan, terus menjadi besar kemungkinan terjadi.
- 2 Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tangerang Timur, keadilan pajak memiliki dampak merugikan yang besar terhadap etika penggelapan pajak. Akibatnya, penggelapan pajak semakin jarang terjadi, semakin adil sistem pajaknya, dan sebaliknya, semakin tinggi frekuensi semakin sedikit sistem pajak yang adil.
- 3 Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tangerang Timur, tarif pajak memiliki dampak positif yang besar terhadap penggelapan pajak. Akibatnya, penggelapan pajak lebih sering terjadi ketika pajak dibayar dengan tarif yang lebih tinggi dan lebih jarang ketika pajak dibayar dengan tarif yang lebih rendah.
- 4 Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tangerang Timur, secara simultan pengaruh sistem perpajakan, keadilan pajak, serta bayaran pajak mempengaruhi penting sebesar 34,3% terhadap kecurangan pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ervana, Orin Ndari. 2019. "Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Keadilan Pajak Dan Tarif Pajak Terhadap Etika Penggelapan Pajak (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten)." *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara* 1 (1): 80–92. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.802>.
- Faradiza, Sekar Akrom. 2018. "Persepsi Keadilan, Sistem Perpajakan Dan Diskriminasi Terhadap Etika Penggelapan Pajak." *Akuntabilitas* 11 (1). <https://doi.org/10.15408/akt.v11i1.8820>.
- Ghozali, Imam. 2017. "Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS19 , Edisi 5 (PDFDrive.Com).Pdf."
- Mardiasmo. 2018. *PERPAJAKAN*. Edited by Maya. Edisi 2018. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Muhidin, Sambas Ali dan Abdurrahman, Maman. 2012. "Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian." *Bandung : Pustaka Setia*.
- Pratiwi, Enggar, and Ronny Prabowo. 2019. "Keadilan Dan Diskriminasi Pajak Terhadap Penggelapan Pajak: Persepsi Wajib Pajak Orang Pribadi." *AFRE (Accounting and Financial Review)* 2 (1): 8–15. <https://doi.org/10.26905/afr.v2i1.3008>.
- Sariani, Putu, Made Arie Wahyudi, and Ni Luh Gede Erni Sulindawati. 2016. "Pengaruh Keadilan, Sistem Perpajakan, Diskriminasi, Dan Biaya Kepatuhan Terhadap Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Penggelapan Pajak (Tax Evasion) Pada KPP Pratama Singaraja." *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi S1)* 6 (3): 1–11.
- Simorangkir, Viva Desi Tarida, Adrian Hidayat, Rinintha Parameswari, and Donny Yana. 2021. "Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Current Ratio (CR), Debt To Equity Ratio (DER), Dan Total Asset Turnover (TATO) Terhadap Kondisi Financial Distress." *GOODWILL: Jurnal Penelitian Akuntansi* 3 (2): 380–91. www.sahamok.net.
- Singarimbun, Masri & Sofian, and Effendi. 2015. "Metode Penelitian Survei." *Jakarta LP3ES*.
- Sudiartana2, Ni Putu Purnama Sari1 I Made, and Ni Luh Gde Mahayu Dicriyani. 2021. "Mengenai Etika Penggelapan Pajak (Tax Evasion)" 3 (1): 3865.

Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif, Motivasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT. Karya Megah Gunungmas Karawaci

Fan Fen^{1)*}, Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾fanfen0704@gmail.com

²⁾agus.kusnawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Gaya kepemimpinan partisipatif
Motivasi
Disiplin kerja
Kinerja pegawai

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan partisipatif, motivasi, dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai kerja karyawan pada PT. Karya megah gunungmas karawaci. Sampel penelitian berjumlah 100 responden, Hasil dari pengelolaan data diperoleh persamaan linier berganda $5,683 (X1) + 0,200 (X2) + 0,116 (X3) + e$, artinya peningkatan atau penurunan variabel, dan sebesar 1 poin, maka variabel akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,548, 0,366 dan 0,140. Selain itu diperoleh hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, pada penelitian ini dapat diperoleh nilai hubungan variabel gaya kepemimpinan partisipatif dengan kinerja pegawai sebesar 65,9% dan sisanya sebesar 34,1% dipengaruhi faktor-faktor lain, variabel motivasi dengan kinerja pegawai sebesar 70,0% dan sisanya sebesar 30,0% dipengaruhi faktor lain. Sedangkan hubungan antara disiplin kerja dengan kinerja pegawai sebesar 70,5% dan sisanya sebesar 29,5% dipengaruhi faktor lain Berdasarkan t hitung untuk gaya kepemimpinan partisipatif sebesar 6,258, motivasi sebesar 2,847, dan disiplin kerja sebesar 1,289 dengan t tabel sebesar 1,66055. F hitung sebesar 76,529 nilai tersebut lebih besar dari F tabel sebesar 3,06 dengan tingkat signifikan 0,0 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : Gaya kepemimpinan partisipatif, Motivasi, Disiplin kerja, kinerja pegawai

I. PENDAHULUAN

Di dalam era keterbukaan dan globalisasi yang telah terjadi kini dan berkembang pesat, bangsa Indonesia lebih menekankan pada duduk perkara asal daya manusia dalam masa pembangunannya atau lebih khususnya pada peningkatan kualitas sumber daya manusia sehingga menjadi titik sentral pembangunan nasional. Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam suatu organisasi atau perusahaan. Kinerja karyawan mempunyai beberapa faktor yang dapat mempengaruhi, salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah gaya kepemimpinan. Gaya kepemimpinan menjadi faktor pertama dalam meningkatkan kinerja karyawan secara berkelanjutan. Pada proses ini pemimpin mempunyai peran yang besar dalam menentukan pelaksanaan organisasi suatu perusahaan. Selain dari faktor kepemimpinan, faktor lain adalah motivasi yang diberikan kepada pegawai. Motivasi kerja dalam manajemen pada umumnya hanya diperuntukan pada sumber daya manusia dan khususnya untuk para bawahan. PT. Karya Megah Gunungmas karawaci adalah perusahaan yang menjual dan membeli kebutuhan konstruksi dan properti yang dibutuhkan oleh perusahaan dan konsumen. PT. Karya Megah Gunungmas karawaci senantiasa berusaha memberikan yang terbaik bagi karyawannya. Karena perusahaan juga mengharapkan kinerja yang tinggi dari semua karyawan. Dalam usaha menerapkan gaya kepemimpinan motivasi kerja dan disiplin kerja

Rumusan masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif terhadap kinerja karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas Karawaci ?
2. Bagaimana pengaruh Motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas Karawaci ?
3. Bagaimana pengaruh Disiplin Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas Karawaci ?
4. Bagaimana pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif, Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas Karawaci ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif terhadap kinerja pegawai pada PT.Karya Megah Gunungmas Karawaci.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi terhadap kinerja pegawai pada PT.Karya Megah Gunungmas Karawaci.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Disiplin Kerja terhadap kinerja pegawai pada PT.Karya Megah Gunungmas Karawaci.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Gaya kepemimpinan Partisipatif, Motivasi, dan Disiplin Kerja terhadap kinerja karyawan PT. Karya Megah Gunungmas Karawaci

II. TINJAUAN PUSTAKA

Gaya kepemimpinan

Kepemimpinan adalah sifat yang diterapkan individu yang bertindak sebagai pemimpin untuk mempengaruhi anggota kelompoknya untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah disepakati bersama. Sedangkan pemimpin adalah individu yang melakukan proses mempengaruhi sebuah kelompok atau organisasi untuk mencapai sesuatu tujuan yang telah disepakati bersama.

Menurut (Fahmi 2017, 15) menyatakan bahwa:

“Kepemimpinan merupakan suatu ilmu yang mengkaji secara komprehensif tentang bagaimana mengarahkan, memengaruhi, dan mengawasi orang lain untuk mengerjakan tugas sesuai dengan perintah yang direncanakan”.

Menurut (Farida dan Hartono 2016) menyatakan bahwa :

“Kepemimpinan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mempengaruhi orang lain agar bekerja mencapai tujuan yang ditetapkannya”.

Motivasi

Menurut (Hartatik 2018, 160) menyatakan bahwa :

“Motivasi merupakan hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia supaya mau bekerja giat serta antusias mencapai hasil yang optimal”.

Menurut (Ismail 2018, 41) menyatakan bahwa :

“Motivasi adalah dorongan yang menyebabkan orang berperilaku. Dorongan itu dapat disebabkan oleh faktor-faktor yang berada dalam dirinya (intrinsic motivation) dan faktor-faktor yang berasal dari luar diri (extrinsic motivation). Faktor-faktor dalam diri seseorang itu adalah nilai-nilai hidup yang dihayati dengan sepenuh jiwa. Faktor pendorong yang berasal dari luar diri manusia misalnya harapan akan karir, gaji, bonus, dan penghargaan masyarakat”.

Disiplin kerja

Menurut (Hasibuan 2016, 193) menyatakan bahwa :

“Kedisiplinan adalah fungsi operatif dari manajemen sumber daya manusia yang terpenting karena semakin baik disiplin karyawan, semakin tinggi prestasi kerja yang dapat dicapainya”.

Menurut (Zainal et al 2018, 599) menyatakan bahwa :

“Disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma social yang berlaku”.

Kinerja karyawan

Menurut (Donni Juni Priansa 2018, 269), menyatakan bahwa:

“Kinerja adalah perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai dengan perannya dalam organisasi”.

Menurut (Wibowo 2017, 70) menyatakan bahwa :

“Kinerja dapat dipandang sebagai proses maupun hasil pekerjaan. Kinerja merupakan suatu proses tentang bagaimana pekerjaan berlangsung untuk mencapai hasil kerja. Namun, hasil pekerjaan itu sendiri juga menunjukkan kinerja”.

III. METODE

Bentuk penelitian ini dipakai untuk menganalisa perihal gaya kepemimpinan partisipatif, motivasi, dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai pada PT. Karya Megah Gunungmas. dengan memakai metode deskriptif, yang memaparkan tentang proses pengumpulan data, dikelola dan dianalisa agar dapat membuktikan pengujian untuk tercapainya tujuan. bentuk penelitian deskriptif bertujuan agar memperoleh suatu penjelasan secara terstruktur serta tepat tentang poin-poin yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. didalam mengerjakan penelitian tentang permasalahan yang ingin disampaikan, bentuk yang dipakai adalah penelitian kualitatif dengan metode ini data yang diperoleh diklompokan dari seluruh responden yang mengisi kuesioner

.Populasi didalam penelitian ini iyalah seluruh total yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki kualifikasi yang telah diatur oleh peneliti agar dapat diteliti serta dapat diambil sebuah kesimpulan. populasi didalam penelitian ini adalah PT. Karya Megah Gunungmas yang berjumlah 100 orang dijadikan sebagai sampel.

Bagian metodologi biasanya memiliki sub-bagian berikut:

Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2015, hal. 33) mengatakan bahwa :

“Data Primer merupakan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber primer yaitu informasi dari narasumber”. (Untuk memperolehnya, dilakukan penyebaran kuesioner yang kemudian diisi oleh responden yaitu karyawan PT.Karya Megah Gunungmas. Data Primer merupakan Sumber data yang diperoleh dari sumbernya, data yang didapat bisa berupa hasil wawancara, kuesioner, ataupun observasi langsung pada suatu objek penelitian)

Menurut (Sugiyono, 2015, hal. 33) menyatakan bahwa :

“Data Sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara dan dicatat oleh pihak lain”.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa bahan dari buku dan juga bahan referensi lainnya guna melengkapi data primer. Data sekunder ialah sumber data yang diperoleh dari perantara atau tidak langsung. Bisa melalui buku-buku, bukti penelitian sebelumnya, ataupun sebuah artikel mengenai variable yang diteliti.

Sumber Data

Menurut (Sugiyono, 2015, hal. 173) menyatakan bahwa :

“Sumber Data Primer merupakan sebuah sumber data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Metode atau pendekatan yang dapat dilakukan melalui sebuah proses pengumpulan data yang bersifat primer ini dapat menggunakan angket atau biasa disebut kuesioner”.

Sumber data primer diperoleh dari hasil observasi langsung pada, PT.Cahaya Utama Mandiri Plasindo. Wawancara langsung dengan pemilik, dan penyebaran kuesioner kepada seluruh karyawan PT.Cahaya Utama Mandiri Plasindo.

Menurut (Sugiyono, 2015, hal. 173) menyatakan bahwa :

“Sumber Data Sekunder merupakan sumber data dari penelitian yang diperoleh penulis secara tidak langsung, menggunakan media perantara diperoleh serta dicatat dengan pihak lain). Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku referensi dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan variabel yang diteliti”.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 80) menyatakan bahwa :

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek maupun subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditentukan kesimpulannya". (Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT.Cahaya Utama Mandiri Plansindo).

Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 81) menyatakan bahwa :

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari secara keseluruhan yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut".

(Dalam penelitian ini sampel diambil sebanyak 70 karyawan)

Teknik Analisis Data

a.Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2014, hal. 121) menyatakan bahwa :

"Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur".

b.Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2015, hal. 267) menyatakan bahwa :

"Reliabilitas adalah hasil penelitian dimana terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda".

Skala Pengukuran

Menurut (Sudaryono, 2014, hal. 90) dalam bukunya menyatakan :

"Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial"

Penerapan skala likert dalam penelitian ini dengan menghubungkan setiap jawaban dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut : (a. Sangat Setuju (SS) diberi bobot = 5; b.Setuju (S) diberi bobot = 4; c. Kurang Setuju (KS) diberi bobot = 3; d. Tidak Setuju (TS) diberi bobot = 2; e.Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot = 1).

Uji Model Statistik

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 275) menyatakan bahwa

"Analisis Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi)".

Analisis Korelasi Berganda

Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 275) menyatakan bahwa :

"Analisis Korelasi Berganda merupakan teknik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan serta arah hubungan dari dua variabel atau lebih".

Koefisien Determinasi (Koefisien Penentu) Menurut (Ghozali, 2016, hal. 95) menyatakan bahwa :

“Koefisien Penentu bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel dependen yang diterangkan oleh variabel independen”

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.812 ^a	.659	.655	2.73849	.659	189.093	1	98	.000
2	.837 ^b	.700	.694	2.58028	.041	13.386	1	97	.000
3	.840 ^c	.705	.696	2.57152	.005	1.662	1	96	.200

Berdasarkan tabel di atas dapat diidentifikasi :

Dari table diatas dapat dilihat bahwa :

Tabel Model Summary

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Kolom R untuk model 1 menunjukkan angka koefisien korelasi sebesar 0,812. Hal ini berarti pengaruh gaya kepemimpinan partipatif terhadap kinerja karyawan adalah cukup kuat. Kolom R Square untuk model 1 menunjukkan angka R Square sebesar 0,659 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi atau $0,812 \times 0,812 = 0,659$. R Square disebut juga koefisien determinasi hal ini berarti besarnya pengaruh gaya kepemimpinan partisipatif terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 65,9% sedangkan sisanya ($100\% - 65,9\% = 34,1\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Kolom adjusted R Square untuk model 1 adalah sebesar 0,655. Kolom Std. Error Of The Estimate untuk model 1 adalah sebesar 2,73649. (Descriptive Statistic) diatas bahwa nilaistandar deviasi motivasi adalah sebesar 4,840 yang lebih besar dari Std. Error Of The Estimate yang hanya sebesar 2,738 oleh karena itu model regresi ini bagus digunakan.

Kolom R untuk model 2 menunjukkan angka koefisien korelasi sebesar 0,837. Hal ini berarti pengaruh gaya kepemimpinan partisipatif dan motifasi terhadap kinerja pegawai

adalah cukup kuat. Kolom R Square untuk model 2 menunjukkan angka R Square sebesar 0,700 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi atau $0,837 \times 0,837 = 0,700$. R Square disebut juga koefisien determinasi hal ini berarti besarnya pengaruh gaya kepemimpinan partisipatif dan motivasi terhadap kinerja pegawai adalah sebesar 70,0% sedangkan sisanya ($100\% - 70,0\% = 30,0\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Kolom adjusted R Square untuk model 2 adalah sebesar 0,694 Kolom Std. Error Of The Estimate untuk model 2 adalah sebesar 2,580 Perhatikan Pada Tabel IV.57 (Descriptive Statistic) diatas bahwa nilai standar deviasi disiplin kerja adalah sebesar 5,271 yang lebih besar dari Std. Error Of The Estimate yang hanya sebesar 2,580 oleh karena itu model regresi ini bagus digunakan.

Kolom R untuk model 3 menunjukkan angka koefisien korelasi sebesar 0,840. Hal ini berarti pengaruh disiplin kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan adalah cukup kuat. Kolom R Square untuk model 3 menunjukkan angka R Square sebesar 0,705 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi atau $0,840 \times 0,840 = 0,705$. R Square disebut juga koefisien determinasi hal ini berarti besarnya pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan adalah sebesar 70,5% sedangkan sisanya ($100\% - 70,5\% = 29,5\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Kolom adjusted R Square untuk model 2 adalah sebesar 0,696 Kolom Std. Error Of The Estimate untuk model 2 adalah sebesar 2,571 (Descriptive Statistic) diatas bahwa nilai standar deviasi disiplin kerja adalah sebesar 5,020 yang lebih besar dari Std. Error Of The Estimate yang hanya sebesar 2,571 oleh karena itu model regresi ini bagus digunakan.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.023	2.334		3.866	.000		
	Total_X1	.782	.057	.812	13.751	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	6.148	2.336		2.632	.010		
	Total_X1	.616	.070	.639	8.765	.000	.582	1.719
	Total_X2	.236	.064	.267	3.659	.000	.582	1.719
3	(Constant)	5.683	2.355		2.413	.018		
	Total_X1	.548	.088	.569	6.258	.000	.372	2.689
	Total_X2	.200	.070	.226	2.847	.005	.488	2.047
	Total_X3	.116	.090	.124	1.289	.200	.330	3.029

Pada kolom t digunakan pengujian t untuk menguji kebenaran dari Hipotesis yang ada, dilakukan dengan cara membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Kriteria

perhitungannya adalah sebagai berikut :Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pada kolom t diketahui bahwa t hitung untuk gaya kepemimpinan partisipatif (X1) sebesar 6,258 dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian $(1-\alpha)$ sebesar 95% dan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan atau degree of freedom (df) $n-2 = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai distribusi tabel t adalah 1,66055. Oleh karena t hitung maka pengaruh motivasi lebih besar dari nilai t tabel atau $6,258 > 1,66055$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan. Sedangkan kolom thitung untuk motivasi (X2) adalah 2,847 dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian $(1-\alpha)$ sebesar 95% dan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% serta derajat kebebasan atau degree of freedom (df) $n-2 = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai distribusi tabel t adalah 1,66055. Oleh karena thitung maka pengaruh disiplin kerja lebih besar dari nilai ttabel atau $2,847 > 1,66055$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Disiplin Kerja berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan. Sedangkan kolom thitung untuk disiplin kerja (X3) adalah 1,289 dengan menggunakan tabel distribusi normal t dan menggunakan tingkat keyakinan pengujian $(1-\alpha)$ sebesar 95% dan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% serta derajat kebebasan atau degree of freedom (df) $n-2 = 100 - 2 = 98$, maka diperoleh nilai distribusi tabel t adalah 1,66055. Oleh karena thitung maka pengaruh disiplin kerja lebih besar dari nilai ttabel atau $1,289 > 1,66055$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Disiplin Kerja tidak berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan.

• Uji F

ANOVAa

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1418.069	1	1418.069	189.093	.000b
	Residual	734.931	98	7.499		
	Total	2153.000	99			
2	Regression	1507.190	2	753.595	113.189	.000c
	Residual	645.810	97	6.658		
	Total	2153.000	99			
3	Regression	1518.182	3	506.061	76.529	.000d
	Residual	634.818	96	6.613		
	Total	2153.000	99			

- Dari uji ANOVA didapat Fhitung untuk model 1 adalah 189,093 dengan tingkat signifikan 0,000, dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga F hitung $> F$ tabel atau $189,093 > 2,70$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat hubungan linear antara variabel gaya kepemimpinan partisipatif dan variabel kinerja karyawan, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat.

- Dari uji ANOVA didapat F hitung untuk model 2 adalah 113,189 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga F hitung $> F_{tabel}$ atau $113,189 > 2,70$, dengan demikian H_0 diolok dan H_a diterima artinya terdapat hubungan linear antara variabel gaya kepemimpinan dan variabel motivasi terhadap variabel kinerja karyawan, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat.
- Dari uji ANOVA didapat F hitung untuk model 3 adalah 76,529 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga F hitung $> F_{tabel}$ atau $76,529 > 2,70$, dengan demikian H_0 diolok dan H_a diterima artinya terdapat hubungan linear antara variabel gaya kepemimpinan, motivasi dan variabel lingkungan kerja terhadap variabel kinerja karyawan, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan mengenai “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas” adalah sebagai berikut:

Terdapat pengaruh signifikan variabel Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas, dari hasil perhitungan, diperoleh nilai thitung sebesar 6,258 sedangkan ttabel sebesar 1,66055. Dengan demikian thitung $6,258 > ttabel$ sebesar 1,66055, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Terdapat pengaruh signifikan variabel Motivasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas, dari hasil perhitungan, diperoleh nilai thitung sebesar 2,847 sedangkan ttabel sebesar 1,66055. Dengan demikian thitung $2,847 > ttabel$ sebesar 1,66055, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Terdapat pengaruh signifikan variabel Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas, dari hasil perhitungan, diperoleh nilai thitung sebesar 1,289 sedangkan ttabel sebesar 1,66055. Dengan demikian thitung $1,289 > ttabel$ sebesar 1,66055, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Terdapat pengaruh signifikan variabel Gaya Kepemimpinan Partisipatif, Motivasi dan Disiplin Kerja secara bersama - sama terhadap Kinerja Karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas. Hal ini terbukti setelah dilakukannya perhitungan diperoleh nilai fhitung 76,529 sedangkan ftabel 2,70. Dengan demikian Fhitung $> Ftabel$ atau $76,529 > 2,70$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh hubungan linear antara variabel gaya kepemimpinan, motivasi dan disiplin kerja dengan kinerja karyawan, maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat.

Besarnya pengaruh Gaya Kepemimpinan Partisipatif, Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Karya Megah Gunungmas sebesar 70,5%, sedangkan sisanya ($100\% - 70,5\% = 29,5\%$) dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini. Pada bagian ini, penulis menyajikan kesimpulan singkat dari hasil penelitian dengan saran untuk peneliti tingkat lanjut atau pembaca umum. Sebuah kesimpulan dapat meninjau poin-poin utama makalah, tidak meniru abstrak sebagai kesimpulan.

Penulis tidak hanya menuliskan kekurangan utama dan keterbatasan penelitian, yang dapat mengurangi validitas tulisan, sehingga menimbulkan pertanyaan dari para pembaca (apakah, atau dengan cara apa), keterbatasan dalam penelitiannya mungkin telah mempengaruhi hasil dan kesimpulan. Keterbatasan membutuhkan penilaian kritis dan interpretasi dampaknya. Penulis

harus memberikan jawaban atas pertanyaan: apakah ini masalah dengan kesalahan, metode, validitas, dan atau sebaliknya?

Menulis artikel akademis adalah upaya yang menantang, tetapi sangat memuaskan. Semoga panduan yang disajikan di sini akan memungkinkan Anda untuk menulis artikel akademis pertama Anda dengan relatif mudah. Siswa, bagaimanapun, sering meremehkan waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan usaha pertama yang "siap". Anda tidak dapat menulis artikel penelitian yang tepat di akhir pekan atau bahkan dalam seminggu. Oleh karena itu, sangat penting untuk memberi diri Anda cukup waktu –setidaknya tiga hingga empat minggu– untuk mengerjakan draf yang berurutan.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Salim, Analisis Dan Implementasi Disiplin Dan Kempotensi Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Aparatur Pemerintah Desa Kecamatan Kandangan Kabupaten Temanggung, (Tesis Pasca Sarjana, STIE Widya Wiwaha Yogyakarta 2018

Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
Tangerang

Donni Juni Priansa(2018).Perencanaan dan Pengembangan SDM. Bandung : Alfabeta
Edy, Sutrisno. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Kencana. Farida, Umi dan Hartono, Sri. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia II.
Ponorogo : Umpo Ponorogo Press.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Hartatik, Puji, Indah , 2018, Sumber Daya Manusia, Jogjakarta: Laksana Hasibuan, D. H. M. S. P. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara.

Hasibuan, M. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara. Sujarweni, Wiratna. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Edisi Pertama. Pusaka Baru Pres. Yogyakarta.

Fahmi, Irham 2017 Manajemen Kepemimpinan : Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2016. Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan kedua belas. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rivai Veithzal, Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktek. Bandung : Rajagrafindo Persada. 2016.

Sastrohadiwiryono, Siswanto. 2019. Manajemen Tenaga Kerja Indonesia. Jakarta : Bumi Aksara.

Sudaryono. 2017. Metodologi Penelitian. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.

Sedarmayanti. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Refika Aditama.

Sinambela, Lijan Poltak. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia : Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja. Jakarta : Bumi Aksara.

Wibowo (2017).Manajemen Kinerja . Jakarta: Raja Grafindo Persada

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Tangerang Untuk Melakakuan Pembelian Di Pt. Seiv Indonesia

Ferry Supriatna^{1*}, Tjong Se Fung²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾supriatnaferry3@gmail.com

²⁾tjong.sefung@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Harga, Mutu
Pelayanan
Mutu Produk
Keputusan Pembelian

Abstrak

Riset ini dilakukan di PT.Seiv Indonesia untuk memahami dampak mutu produk, mutu layanan dan harga terhadap keputusan pelanggan. Data untuk riset ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada karyawan PT.Seiv Indonesia dan hasil observasi. Dalam melakukan riset ini, peneliti menggunakan beberapa metode analitik dan metode untuk mengpengujian validitas, reliabilitas dan korelasi. Ini termasuk pengujian reliabilitas Cronbach Alpha, pengujian regresi linier berganda, pengujian korelasi ganda, pengujian t, pengujian f dan pengujian koefisien determinasi. Setelah data dikumpulkan melalui karyawan PT.Seiv Indonesia melalui software SPSS versi 24, pengpengujianan ini dilakukan.

Hasil riset ini menunjukkan bahwa harga, mutu pelayanan dan mutu produk berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan pada PT Seiv Indonesia. Ketika mempertimbangkan nilai-nilai ini, pengujian-F menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara mereka dan keputusan pelanggan: $F\text{-hitung} = 19.930$, $S = 0,000$ dan $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ atau $2,68$. Selain itu, ada korelasi positif tetapi tidak signifikan antara mutu layanan dan keputusan pelanggan ketika mempertimbangkan pengujian-T; $T\text{-hitung} = 5,064 < t\text{-tabel} 1,66691$, $t=5,064$ dan $t > 1,66691 < 0,05$. Namun, ada korelasi yang signifikan antara harga dan keputusan pelanggan ketika mempertimbangkan pengpengujianan yang sama: $T\text{-hitung} = 0,745 < t\text{-tabel} 1,66691$, $t=0,745$, $t > 1,66691 < 0,05$.

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia perusahaan adalah bagian penting dari organisasi; merekalah yang mendorong kelancaran kegiatan dan membantu kemajuan perusahaan. Kelompok sumber daya manusia bahkan lebih signifikan dalam hal ini.

Pelanggan lebih loyal terhadap produk dengan harga murah. Namun, bukan berarti barang dengan harga murah memiliki mutu yang baik.

Saat membeli suatu barang, pelanggan biasanya melihat mutu dari produk tersebut. Mereka juga dapat dipengaruhi oleh mutu layanan produk. Ini dapat mencakup berbagai pilihan untuk pembelian dan pengiriman cepat.

Untuk bisnis di pasar yang kompetitif, layanan pelanggan dapat menjadi variabel penentu ketika membuat keputusan pembelian. Jika layanan perusahaan tidak sesuai dengan standar, maka pelanggan dapat memilih untuk tidak membeli dari mereka. Untuk memberikan layanan berkualitas tinggi, bisnis harus memberikan harga terbaik dan produk dengan mutu terbaik.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Sumber Daya Manusia

Bagi (Malayu S.P Hasibuan, 2017 : 17) mengemukakan bahwa :

“Manajemen ialah ilmu dan seni menyusun metode pemakaian sumber daya manusia dan sumber-sumber yang lain dengan metode berdaya guna dan berakal untuk untuk mencapai tujuan spesial”.

Bagi (Sarinah dan Mardalena, 2017 : 7) mengemukakan bahwa :

“Manajemen merupakan suatu cara dalam bagan menggapai tujuan bersama lewat orang– orang serta sumber daya kelompok yang lain.”.

Harga

Bagi (Kotler Amstrong,2018 : 52) mengemukakan bahwa:

“jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk ataupun jasa. Harga merupakan salah satu bagian bauran penjualan yang menciptakan pemasukan, sebaliknya bagian yang lain menandakan bayaran”.

Mutu produk

Bagi (Kotler dan Keller, 2016 : 164) mengemukakan bahwa :

“Mutu produk merupakan daya suatu benda untuk memberikan hasil ataupun kemampuan yang cocok apalagi melampaui dari apa yang di mau pelanggan”.

Mutu Pelayanan

Bagi (Rusydi, 2017 : 39) mengemukakan bahwa:

“Mutu jasa merupakan daya industri dalam memberikan jasa terbaik yang baik dibanding dengan rivalnya.”.

Bagi (Kotler Dan Keller, 2016 : 164) bahwa :

“Mutu produk merupakan daya suatu benda untuk memberikan hasil ataupun kemampuan yang cocok apalagi melampaui dari apa yang di mau pelanggan”.

Keputusan Pembelian

Ketetapan pembelian yakni suatu metode pengumpulan ketetapan yang diawali dengan pengenalan kasus sehabis itu mengevaluasinya dan mengakhiri produk yang amat sesuai dengan kemauan

Bagi (Kotler dan Amstrong, 2016 : 177) mengemukakan bahwa:

“Mengemukakan sebenarnya ketetapan pembelian ialah bagian dari sikap pelanggan, yang mana sikap pelanggan ialah riset hal semacam apa seorang ataupun golongan dalam memastikan, membeli, konsumsi, dan semacam apa produk, ilham ataupun pengalaman untuk melegakan keinginan pelanggan”.

III. METODE

Jenis Riset

Tipe riset yang digunakan ialah mengenakan riset Kuantitatif. Dalam banyak kejadian yang terjalin di dalam industri, khususnya Sumber Daya Manusia pengarang hendak mengidentifikasi elastis bebas serta elastis terbatas, berikutnya lewat hasil kalkulasi statistik hendak dikenal seberapa besar akibat elastis bebas terhadap elastis terbatas.

Objek Riset

Subjek yang digunakan dalam riset ini yakni PT. Seiv Indonesia, riset ini dicoba supaya bisa mengenali Akibat Harga, Mutu pelayanan, dan Mutu Produk, terhadap Keputusan pelanggan pada PT. Seiv Indonesia.

Jenis Data

Pada riset ini mengenakan tipe data Pokok, ialah sumber data yang diterima dengan metode langsung dari sumber asli, Data Utama dalam riset ini diterima dari penyebaran angket pada responden dan melaksanakan tanya jawab.

Sumber Data

Sumber data ini diterima lewat hasil kuisioner dari Pegawai PT. Seiv Indonesia yang sudah disebarkan.

Populasi

Populasi dari riset ini ialah Semua Pegawai PT. Seiv Indonesia.

Sampel

Sampel yang dipakai pada riset ini merupakan semua pegawai PT. Seiv Indonesia.

Teknik Analisis Data

Pada riset ini memakai program SPSS tipe 24. Dengan bermacam pengetesan alhasil hendak memperoleh hasil serta kesimpulan untuk bisa penuhi tujuan permasalahan.

Pengujian Normalitas

Percobaan Normalitas yakni untuk mengukur apakah data kita mempunyai penyaluran wajar, alhasil bisa digunakan dalam statistik parametrik, bila data tidak berdistribusi wajar bisa digunakan statistik non parametrik. Percobaan normalitas yakni melaksanakan analogi antara data yang kita memiliki dengan data berdistribusi alami yang memiliki mean dan standar deviasi yang seragam dengan data yang kita memiliki.

Pengujian Multikolinearitas

Untuk untuk mengenali apakah ada tidaknya elastis independent yang mempunyai kesamaan dampingi elastis independent dalam suatu model. Kesamaan dampingi elastis bebas hendak menyebabkan hubungan yang kokoh.

Pengujian Heteroskedastisitas

Untuk mencoba terbentuknya perbandingan variance residual suatu rentang waktu observasi ke rentang waktu observasi yang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dipakai untuk mengenali akibat antara 2 ataupun lebih elastis independent yang mencakup Dorongan, Ganti rugi serta Rekrutmen terhadap elastis terbatas ialah Kebahagiaan Kegiatan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Dipakai mengukur seberapa jauh daya model dalam menerangkan alterasi elastis bebas. Koefisien pemastian ini dipakai sebab bisa menerangkan kebaikan dari model regresi dalam memperhitungkan elastis terbatas.

Pengujian Signifikansi Parsial (Pengujian T)

Percobaan T pada biasanya memberi ketahui sepanjang mana akibat satu elastis penjelas ataupun bebas dengan cara perseorangan dalam mejelaskan alterasi elastis terbatas.

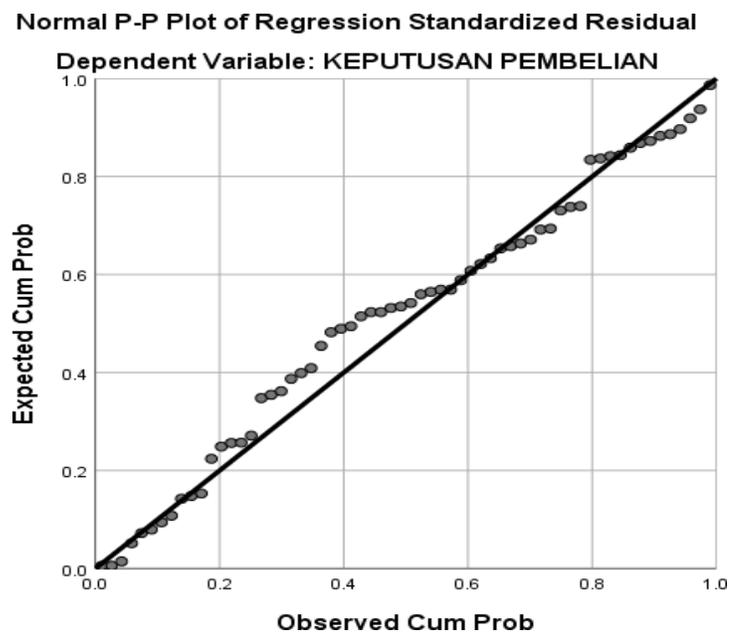
Pengujian Signifikansi Simultan (Pengujian F)

Digunakan supaya bisa memberi ketahui apakah seluruh variabel leluasa yang dimasukkan dalam model, mempunyai akibat dengan cara bersama-sama terhadap elastis terikat.

IV. HASIL

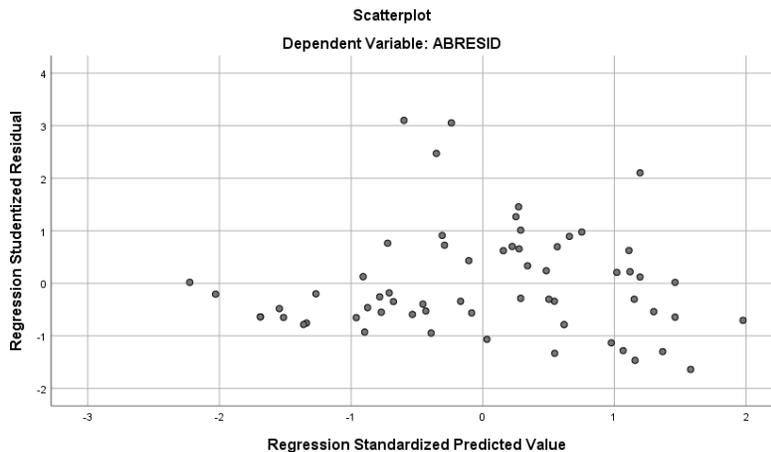
Hasil Pengujian Asumsi Klasik

1) Hasil Pengujian Normalitas



Dari diagram histogram diatas bisa diamati kalau model regresi mengarah membuat kurva wajar yang gembung serta pada diagram wajar probability alur diperoleh titik-titik data menabur disekitar garis diagonal serta menjajaki arah garis diagonal. Perihal ini membuktikan kalau model regresi ini penuh anggapan normalitas sebab data terdistribusi wajar

2) Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Pada diagram scatterplot bisa di amati titik- titik yang menabur dengan cara random serta terhambur di atas serta dasar nilai 0 pada sumbu Y, sehingga bisa disimpulkan kalau tidak terjalin heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Pengujian Hipotesis

1) Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.815	4.636		2.548	.013
	HARGA	.603	.119	.588	5.064	.000
	MUTU PELAYANAN	.143	.192	.143	.745	.459
	MUTU PRODUK	.045	.163	.048	.276	.783

$$Y = 11,815 + 0,603 X1 + 0,143 X2 - 0,045 + \epsilon$$

Bersumber pada hasil pengujian di atas, diperoleh hasil:

- a. Nilai koefisien untuk konstanta sebesar 11.815

- b. Nilai koefisien elastis Harga (b1) berharga positif, ialah 0,603, ini bisa dimaksud kalau tiap kenaikan harga sebesar 1 dasar, sehingga hendak menaikkan ketetapan pelanggan sebesar 0,603 dasar dengan anggapan elastis bebas lain nilainya senantiasa.
- c. Nilai koefisien elastis Mutu Jasa (b2) berharga Positif, ialah 0,143. ini bisa dimaksud kalau tiap eskalasi Mutu Jasa sebesar 1 dasar, sehingga hendak menimbulkan eskalasi ketetapan pelanggan sebesar 0,143 dasar dengan anggapan elastis bebas lain nilainya senantiasa.
- d. Nilai koefisien elastis Mutu Produk (b3) berharga Positif, ialah 0,045, ini bisa dimaksud kalau tiap eskalasi Mutu Produk sebesar 1 dasar, sehingga hendak menimbulkan eskalasi ketetapan pelanggan sebesar 0,045 dasar dengan anggapan elastis bebas lain nilainya tetap.

2) Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.508	.482	2.472

- a. Predictors: (Constant), MUTU PRODUK, HARGA, MUTU PELAYANAN
- b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Nampak kalau nilai *adjusted* R2 merupakan 0,482 ataupun 48.2%. Ini berarti versi elastis leluasa harga, Mutu jasa serta mutu produk pengaruhi elastis terikat ketetapan pembelian sebesar 48,2% sebaliknya lebihnya 51.8% dipengaruhi oleh elastis lain yang tidak dimasukkan dalam model.

3) Hasil Pengujian Parsial (Pengujian T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	11.815	4.636		2.548	.013
	HARGA	.603	.119	.588	5.064	.000
	MUTU PELAYANAN	.143	.192	.143	.745	.459
	MUTU PRODUK	.045	.163	.048	.276	.783

Hasil pengujian :

- 1) Harga (X1) terhadap Ketetapan Pelanggan (Y) Nampak ada pada model 1 nilai sign 0.000. Nilai sign lebih besar dari nilai kebolehjadian 0,05, sehingga H1 diperoleh serta H0 ditolak. Elastis X1 mempunyai t jumlah 5.064 t table 1, 66691. Bisa disimpulkan kalau Harga mempunyai akibat penting terhadap Ketetapan Pelanggan.
- 2) Mutu jasa (X2) terhadap Ketetapan Pelanggan (Y) Nampak ada pada model 1 nilai sign 0.459. Nilai sign lebih besar nilai kebolehjadian 0,05, sehingga H1 ditolak serta H0 diperoleh. Elastis X2 mempunyai t jumlah 0,745t table 1,66691. Bisa disimpulkan kalau Mutu jasa tidak mempunyai akibat penting terhadap Ketetapan Pelanggan.
- 3) Mutu produk (X3) terhadap Ketetapan Pelanggan (Y) Nampak ada pada model 1 nilai sign 0.783. Nilai sign lebih besar nilai kebolehjadian 0,05, sehingga H1 ditolak serta H0 diperoleh. Elastis X3 mempunyai t jumlah 0.276 t table 1,66691. Bisa disimpulkan kalau Mutu produk tidak mempunyai akibat penting terhadap Ketetapan Pelanggan.

4) Hasil Pengujian Simultan (Pengujian F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	365.312	3	121.771	19.930	.000 ^b
	Residual	354.381	58	6.110		
	Total	719.694	61			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
 Predictors: (Constant), MUTU PRODUK, HARGA, MUTU PELAYANAN

Terlihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($19.930 > 2,68$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak serta H_a diperoleh yang berarti Harga, Mutu jasa serta Mutu produk dengan cara simultan mempunyai akibat yang penting terhadap ketetapan pelanggan

V. KESIMPULAN

1. Variabel Price memiliki nilai R Square sebesar 0,138 pada kolom R Square. Artinya 13,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh Harga; sisanya 86,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Pengujian-t menunjukkan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Artinya hasil tersebut dapat dikatakan signifikan dengan nilai thitung lebih rendah dari nilai ttabel— yaitu 5,064 lebih rendah dari 1,66691. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa baik H_a dan H_0 adalah kesimpulan yang valid berdasarkan data yang diberikan.
2. Kolom R Square pada variabel Service Quality menunjukkan pengaruh Service Quality terhadap Keputusan Pembelian. Angka R Square sebesar 0,112 yang artinya 11,2% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Mutu Pelayanan. Sisanya 88,8% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel lain di luar riset ini. Pengujian-t menunjukkan bahwa nilai 0,459 lebih besar dari 0,05, atau 5%. Dengan memperhatikan nilai thitung dan ttabel, dapat disimpulkan bahwa 0,745 lebih kecil dari 1,66691— artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Data terkait variabel Rekrutmen dapat dilihat pada kolom R Square. Angka R Square-nya menunjukkan bahwa 54,3% kepuasan kerja karyawan dapat dikaitkan dengan variabel ini. Sisanya 45,7% dapat dikaitkan dengan variabel luar dan variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Sebuah t-test dilakukan pada nilai-nilai ini dan ditemukan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai 1,979 yang ditemukan di t-tabel. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Rekrutmen dengan kepuasan kerja karyawan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Akibatnya, hasil dari pengujian ini memungkinkan peneliti untuk menyimpulkan bahwa H_a benar dan H_0 salah. Artinya mereka dapat menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Rekrutmen dan kepuasan kerja karyawan.
3. Kolom R Square variabel Mutu Produk menunjukkan bahwa 10,7% pengaruh terhadap kepuasan pelanggan berasal dari mutu pelayanan. Sisanya 89,3% berasal dari variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Selain itu, pengujian-t menentukan bahwa nilai signifikansi adalah 0,783, yang lebih besar dari 0,05 atau 5%. Artinya, hasilnya signifikan—artinya H_a dapat ditolak dan H_0 dapat diterima sebagai kebenaran.
4. Walaupun ada pengaruh luar lainnya, Harga, Mutu Pelayanan, Mutu Produk dan Harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Seiv Indonesia secara bersamaan. Hal ini dikonfirmasi oleh sebuah riset yang mengungkapkan besarnya pengaruh ini menjadi 50,8%. Setelah dihitung nilai F menjadi 19.930, F tabel kembali 2.74. Akibatnya, nilai F hitung lebih besar dari F tabel; ini berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Akibatnya, pengaruh signifikan pada hubungan linier antara harga, mutu layanan dan mutu produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, model regresi layak dan layak.

DAFTAR PUSTAKA

- Rusmiyanto. (2022). Analisis pengaruh harga, mutu produk dan mutu pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Academia: jurnal ilmu sosial dan humaniora*.
- Authors, & gunawan, f. S. A. C. (2017). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik maybelline di kota padang.
- Dinata, v. V., fung, t. S., & sutisna, n. (2019). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air mineral le-minerale pada toko retail kotatangerang (studi kasus di pt. Laris food indonesia). *Primanomics : jurnal ekonomi & bisnis*.
- Ibrahim, m., & thawil, s. M. (2019). Pengaruh mutu produk dan mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal riset manajemen dan bisnis(jrmb) fakultas ekonomi uniat*.
- Jackson r.s. Weenas. (2013). Mutu produk, harga, promosi dan mutu pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta. Jackson r.s. Weenas - mutu produk, harga, promosi dan mutu pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta.
- Jamaludin, a., arifin, z., & hidayat, k. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (survei pada pelanggan arykashop di kota malang). *Jurnal administrasi bisnis*.
- Keputusan, t., pada, p., indomaret, p. T., & unit, m. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan mutu pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pt. Indomaret manado unit jalan sea. *Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*.
- Martini, t. (2015). Analisis pengaruh harga, mutu produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek honda jenis skutermatic. *Jurnal riset*.
- Novia, m. A., semmaila, b., & imaduddin, i. (2020). Pengaruh mutu layanan dan mutu produk terhadap kepuasan pelanggan. *Tata kelola*.
- Pane, d. N., fikri, m. El, & ritonga, h. M. (2018). Pengaruh harga dan mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan sidempuan medan. *Jurnal manajemen tools*.
- Prasetio, a. (2012). Management analysis journal pengaruh mutu pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management analysis journal*.
- Prilano, k., sudarso, a., & fajrillah. (2020). Pengaruh harga, keamanan dan promosi terhadap keputusan pembelian toko online lazada. *Jbe*.
- Sembiring, i. (2014). Pengaruh mutu produk dan mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan mcdonald's mt.haryono malang). *Jurnal administrasi bisnis s1 universitas brawijaya*, 15(1), 84504

Susilo, h., haryono, a. T., & mukery, m. (2018). Analisis pengaruh harga, mutupelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening di hotel amanda hills bandungan. Jurnal manajemen unpad.

Tarigan, r. J. (2020). Pengaruh harga dan mutu pelayanan terhadap keputusan pembelian online dishopee pada mahasiswa universitas muhammadiyah sumatra utara. Maret, 135.

Windarti, t., & ibrahim, m. (2017). Pengaruh mutu produk dan mutupelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk donat madu. Pythoncookbook, 706.

Pengaruh Komunikasi, Beban Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Tingkat *Turnover* pada PT. Gunadaya Inti Sejati

Irena Limnata^{1)*}, Diana Silaswara²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾irenalimnata10@gmail.com

²⁾diana.silaswara@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Komunikasi
Beban Kerja
Lingkungan Kerja
Tingkat *Turnover*

Abstrak

Dilakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi, beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap tingkat turnover pada PT. Gunadaya Inti Sejati. Pengumpulan data melalui wawancara serta penyebaran kuesioner kepada karyawan dengan sample 50 responden. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kasual, yang bersifat kualitatif yang dikuantitatifkan.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan diperoleh t_{hitung} komunikasi 0,701, H_a ditolak, t_{hitung} beban kerja 0,986, H_a ditolak, dan t_{hitung} lingkungan kerja 2,264, H_a diterima, dengan t_{tabel} sebesar 2,01174 dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga menunjukkan adanya pengaruh antara lingkungan kerja dengan tingkat *turnover*. Dari hasil uji F, diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $7,162 > 2,81$, sehingga menunjukkan secara simultan adanya pengaruh komunikasi, beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap tingkat *turnover*. Dari hasil analisis determinasi, diperoleh hubungan antara variabel komunikasi, variabel beban kerja, dan variabel lingkungan kerja terhadap tingkat *turnover* sebesar 27,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi yang tidak teramati dalam penelitian ini.

I. PENDAHULUAN

Aset terpenting didalam perusahaan adalah Sumber Daya Manusia (SDM), karena dengan adanya sdm kegiatan perusahaan dapat dilaksanakan seperti yangtelah direncanakan. Tingkat *turnover* yang tinggi akan berpengaruh negatif untuk perusahaan, karena perusahaan tidak akan berjalan sesuai yang direncanakan, serta sulit untuk mencapai tujuan yang sudah dirancang dan kehilangan karyawan yang berpengalaman dibidangnya. Menurut Rivai (dalam penelitian Nastuti, 2019)*Turnover* adalah keinginan untuk berhenti atau berpindah kerja ke perusahaan yang lain berdasarkan pilihannya sendiri. Dampak signifikan yang dirasakan oleh perusahaan adalah lambatnya pencapaian visi dan misi mereka akibat perekrutan dan pelatihan karyawan yang cukup memakan banyak waktu. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingginya tingkat *turnover* diperusahaan antara lain: komunikasi, beban kerja, dan lingkungan kerja.

Didalam organisasi komunikasi sangat diperlukan antara pimpinan dan anggota. Komunikasi adalah bentuk tukar pikiran yang dilakukan Oleh pemimpin dan karyawan.

Menurut Saputra (dalam penelitian Sudrajat, 2021) Komunikasi adalah sarana untuk menyampaikan dan membagi tugas didalam perusahaan, serta solusi bagi menurunnya kepuasan kerja karena perilaku seseorang bisa dipelajari melalui cara-nya berkomunikasi.

Pemberian beban kerja yang berlebihan berdampak negatif terhadap kesehatan fisik dan psikologi karyawan, karena mereka dituntut untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Pada masa pandemi covid-19 penjualan disemua sector menurun mengakibatkan karyawan dalam mencapai target sangatlah berat. Pemberian target yang tidak sepadan dengan apa yang mereka terima, serta pembagian tugas yang tidak merata menyebabkan karyawan memiliki keinginan untuk keluar dari perusahaan dan mencari pekerjaan baru. Menurut Wefaldet. al (dalam penelitian Nastuti, 2019), beban kerja adalah tanggung jawab yang harus diselesaikan.

Lingkungan kerja tidak kondusif dapat meningkatkan *turnover* perusahaan. Lingkungan kerja terdiri dari 2 (dua), yaitu fisik dan non fisik. Segala sesuatu yang berada disekitar pekerja dalam menjalankan serta menyelesaikan tugas yang diberikan, menurut Nitisemito (dalam penelitian Nastuti, 2019).

Berikut ini merupakan data *in out* karyawan pada PT. Gunadaya Inti Sejati dalam kurun waktu 3 tahun terakhir :

Tabel 1. Data *In Out* karyawan 2019-2021 PT. Gunadaya Inti Sejati.

Tahun	JumlahKaryawan	PersentaseKaryawanMasuk %	PersentaseKaryawanKeluar %
2019	30	6,70%	6,70%
2020	30	20%	13,30%
2021	32	15,60%	6,20%

Sumber: HRD PT. GunadayaIntiSejati, 2022.

Dari data table diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 tingkat *turnover*-nya sangat tinggi yaitu 13.3% karyawan yang keluar, sehingga melebihi batas kapasitas persentase dengan nilai maksimal 10% dari total karyawan pertahun. Maka dari itu diperlukan perhatian lebih terkait faktor yang menyebabkan tingginya tingkat *turnover* seperti komunikasi, beban kerja, dan lingkungan kerja. Tingkat *turnover* yang tinggi dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan, yaitu waktu dan keuangan. Perusahaan harus menunggu kandidat baru yang melamar serta perusahaan juga harus mengeluarkan biaya lebih untuk memasang iklan, perekrutan dan pelatihan.

Berdasarkan pengalaman penulis selama 2 tahun bekerja di PT. Gunadaya Inti Sejati, komunikasi 2 (dua) tidak berjalan baik yang disebabkan oleh kecendrungan karyawan menutupi masalahnya, karyawan dipush untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan, serta adanya sikap senioritas terhadap karyawan baru yang mengakibatkan karyawan tidak nyaman bekerja. Tujuan dilakukan penelitian ini agar mengetahui pengaruh komunikasi beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap tingkat *turnover* pada PT. Gunadaya Inti Sejati.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Menurut Mangkunegara (dalam penelitian Janamarta et al., 2019), komunikasi adalah proses untuk mentransfer ide, informasi, dan proses memahami antar individu.

Menurut Wiryanto (dalam penelitian Hidayati & Saputra, 2018), komunikasi adalah proses penerimaan serta pengiriman pesan dalam suatu perusahaan.

Dapat disimpulkan berdasarkan pengertian para ahli diatas bahwa komunikasi adalah proses penerimaan dan pengiriman pesan berupa ide, informasi, dan pemahaman antar individu.

Beban Kerja

Menurut Schultz (dalam penelitian Ariyati & Mahera, 2018), beban kerja adalah pekerjaan yang tersedia dan yang sulit bagi karyawan.

Menurut Manuaba (dalam penelitian Ariyati & Mahera, 2018), beban kerja adalah kemampuan dan kapasitas fisik karyawan untuk menerima pekerjaan yang disesuaikan dengan jumlah karyawan.

Menurut Munandar (dalam penelitian Julyanti & Pujiarti, 2022), beban kerja yang diterima oleh karyawan harus sepadan dengan kemampuan fisik, kognitif, dan keterbatasan karyawan.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa beban kerja adalah jumlah pekerjaan yang diterima oleh karyawan sesuai dengan kapasitas dan kemampuan fisik, kognitif, dan keterbatasan karyawan.

Lingkungan Kerja

Menurut Sihombing (dalam penelitian Wibowo & Widiyanto, 2019), lingkungan adalah faktor terluar dari manusia yang berupa fisik ataupun non fisik dalam suatu perusahaan.

Menurut Mangkunegara (dalam penelitian Julyanti & Pujiarti, 2022) lingkungan kerja adalah lingkungan sekitar seseorang bekerja, metode kerja, dan pengaturan kerjanya.

Menurut Wursanto (dalam penelitian Sugandha, 2019), Lingkungan kerja menyangkut fisik dan psikis karyawan secara langsung dan tidak langsung yang akan berpengaruh kepada karyawan.”

Berdasarkan pernyataan para ahli diats disimpulkan bahwa lingkungan kerja merupakan lingkungan sekitar tempat bekerja, metode kerja, dan pengaturan yang menyangkut fisik dan psikis karyawan.

Tingkat Turnover

Menurut (Silaswara et al., 2021) tingkat *turnover* adalah perbandingan karyawan masuk dan karyawan berhenti disebuah perusahaan.

Menurut Saffelbach (dalam penelitian Sudrajat, 2021) *Turnover Intention* adalah sebuah bentuk dimana seseorang akan merubah pekerjaan dalam jangka waktu tertentu.

Menurut Carmeli dan Weisberg (dalam penelitian Hidayati & Saputra, 2018) *Turnover Intention* adalah istilah pikiran untuk berhenti, niat untuk keluar mencari pekerjaan baru, dan niat untuk berhenti dari pekerjaanya.

Berdasarkan pernyataan para ahli disimpulkan tingkat *turnover* adalah keinginan untuk berhenti dari pekerjaan dalam waktu tertentu, serta sebagai perbandingan sebuah perusahaan terkait karyawan yang masuk dan karyawan yang keluar.

III. METODE

Kota Tangerang adalah tempat dilakukannya penelitian ini, yang dilakukan di tahun 2022. Variabel penelitian yang digunakan: X1 (komunikasi), X2 (beban kerja), X3 (lingkungan kerja), Y (tingkat *turnover*). Indikator untuk mengukur komunikasi (X1) menggunakan 4 indikator, yaitu : pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan semakin baik, beban kerja (X2) menggunakan 5 indikator, yaitu : batas waktu, pekerjaan

yang berat, bekerja keras, bekerja cepat, tertekan dengan tingginya beban kerja, lingkungan kerja (X3) menggunakan 6 indikator, yaitu : penerangan, suhu udara, suara bising, penggunaan warna, ruang gerak, hubungan antar karyawan, tingkat *turnover* (Y) menggunakan 3 indikator, yaitu : pikiran untuk berhenti, pencarian alternatif pekerjaan lain diluar, dan niat untuk keluar

Deskriptif kausal adalah metode penelitian yang digunakan yang bersifat kualitatif yang di kuantitatifkan, berupa datadari total karyawan in dan out mulai dari tahun 2019-2021. Penelitian ini bersumber dari data primer yang didapatkanmelalui wawancara serta menyebarkan kuesioner kepada seluruh karyawan PT. Gunadaya Inti Sejati, selain itu penelitian juga menggunakan data sekunder yang didapatkan melalui buku referensi, e-journal, dan hasil penelitian terdahulu.

Seluruh populasi digunakan sebagai sampel sesuai dengan teori (Sugiyono 2019, 85). Pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan menyebarkan kuesioner kepada seluruh karyawan PT. Gunadaya Inti Sejati. Penelitian bertujuan untuk mencari pengaruh variabel komunikasi, beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap variabel tingkat *turnover* secara parsial dan simultan yang diolah dengan SPSS 25.

IV. HASIL

1. Hasil uji koefisien determinasi secara parsial

Tabel 2. Komunikasi.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,101 ^a	,010	-,010	8,61333

a. Predictors: (Constant), KOMUNIKASI

b. Dependent Variable: TINGKATTURNOVER

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Dapat dilihat pada kolom R Square menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 0,010 yang artinya besar pengaruh komunikasi terhadap tingkat *turnover* adalah sebesar adalah sebesar 1%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

Tabel 3. Beban Kerja.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,141 ^a	,020	-,001	8,57098

a. Predictors: (Constant), BEBANKERJA

b. Dependent Variable: TINGKATTURNOVER

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Dapat dilihat pada kolom R Square menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 0,020 yang artinya besar pengaruh beban kerja terhadap tingkat *turnover* adalah sebesar 2%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

Tabel 4. Lingkungan Kerja.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,311 ^a	,096	,078	8,22904

a. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN KERJA

b. Dependent Variable: TINGKAT TURNOVER

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Dapat dilihat pada kolom R Square menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 0,096 yang artinya besar pengaruh lingkungan kerja terhadap tingkat *turnover* adalah sebesar 9,6%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

2. Hasil uji koefisien determinasi secara simultan

Tabel 5. Model Summary simultan.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,564 ^a	,318	,274	7,30114

a. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN KERJA, KOMUNIKASI, BEBANKERJA

b. Dependent Variable: TINGKAT TURNOVER

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 0,274 yang artinya besar pengaruh lingkungan kerja terhadap tingkat *turnover* adalah sebesar 27,4%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teramati dalam penelitian ini.

3. Hasil uji hipotesis

Tabel 6.
 Uji T Komunikasi.
Coefficients^a

Model	B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	18,917	23,498		,805	,425
KOMUNIKASI	,305	,435	,101	,701	,487

a. Dependent Variable: TINGKAT TURNOVER

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa variable komunikasi (X1) secara parsial sangat lemah, diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,701 < 2,011), dengan signifikansi $0,487 < 0,5$, dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima.

Tabel 7.
 Uji T Beban Kerja.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28,208	7,357		3,834	,000
	BEBAN KERJA	,122	,124	,141	,986	,329

a. Dependent Variable: TINGKAT TURNOVER

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa variable beban kerja (X2) secara parsial sangat lemah, diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,986 < 2,011$), dengan signifikansi $0,329 < 0,5$, dapat disimpulkan bahwa H_a ditolak dan H_o diterima.

Tabel 8.
 Uji T Lingkungan Kerja.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,548	7,516		2,468	,017
	LINGKUNGAN KERJA	,240	,106	,311	2,264	,028

a. Dependent Variable: TINGKAT TURNOVER

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa variable lingkungan kerja (X3) secara parsial sangat lemah, diketahui $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,264 > 2,011$), dengan signifikansi $0,028 < 0,5$, dapat disimpulkan bahwa H_a dan H_o diterima.

Tabel 9. Uji F.
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1145,415	3	381,805	7,162	,000 ^b
	Residual	2452,105	46	53,307		
	Total	3597,520	49			

a. Dependent Variable: TINGKAT TURNOVER

b. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN KERJA, KOMUNIKASI, BEBAN KERJA

Sumber: Data Hasil Olahan SPSS 25

Dapat dilihat pada table diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} adalah 7,162 yang memiliki arti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,162 > 2,81$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,5$. Dapat disimpulkan H_a dan H_o diterima, yang artinya terdapat hubungan linear antar variabel komunikasi, beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap tingkat *turnover*, maka model regresi tersebut tepat.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan disimpulkan mengenai pengaruh komunikasi, beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap tingkat *turnover* pada PT. Gunadaya Inti Sejati yaitu sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel komunikasi memperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,701 < 2,011$ dan berada pada daerah penolakan H_a berarti hipotesisnya H_a ditolak dan H_o diterima.
2. Secara parsial variabel beban kerja memperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,986 < 2,011$ dan berada pada daerah penolakan H_a berarti hipotesisnya H_a ditolak dan H_o diterima.
3. Secara parsial variabel lingkungan kerja memperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $2,264 > 2,011$ dan tidak ada penolakan H_a dan H_o berarti hipotesisnya H_a dan H_o diterima. Menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara lingkungan kerja dengan tingkat *turnover*.
4. Hasil pengujian simultan variabel komunikasi, variabel beban kerja, dan variabel lingkungan kerja dengan nilai F_{hitung} 2,923 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $7,162 > 2,81$. Demikian H_o dan H_a diterima menunjukkan adanya pengaruh secara simultan antara variabel komunikasi, beban kerja, dan lingkungan terhadap tingkat *turnover*.

Daftar Pustaka

- Ariyati, Y., & Mahera, A. (2018). "Pengaruh Kompensasi, Penempatan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan Pt. Matahari Departement Store Nagoya Hill Batam". *Jurnal Bening*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.33373/bening.v5i1.1247>.
- Hidayati, S. N., & Saputra, S. D. (2018). "Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi, Komunikasi, dan Motivasi Kerja terhadap Turnover Intention Pegawai dengan Kepuasan Kerja" sebagai "Variabel Antara." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.30588/jmp.v7i2.365>.
- Janamarta, S., Fung, T. S., & Tholok, F. W. (2019). "Pengaruh Penanganan Komplain Dan Komunikasi Efektif Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Biro Administrasi Akademik Universitas Buddhi Dharma (Survei Mahasiswa Program Studi Manajemen)". 1.
- Julyanti, V., & Pujiarti. (2022). "The Effect Of Position Promotion , Workload , And Work Environment On Employee Loyalty At PT . Sahassa Prima Niaga." 3, 1–12.
- Nastuti, E. (2019). "PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, BEBAN KERJA, KEPUASAN GAJI DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP INTENSI TURNOVER".
- Silaswara, D., Parameswari, R., Kusnawan, A., Hernawan, E., & Andy. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Y. C. Giap (ed.); 1st ed.).
- Sudrajat, A. (2021). "PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN KOMUNIKASI

TERHADAP TURNOVER INTENTION PADA DEPARTEMEN QA BAGIAN QC PT. X GARMENT KABUPATEN TASIKMALAYA". *Jurnal Computech & Bisnis*, 15(2), 74–77.

Sugandha. (2019). "Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di PT. KEONG NUSANTARA ABADI)."2, 157–166.

Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. alfabeta.

Wibowo, F. P., & Widiyanto, G. (2019). "Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja." *Jurnal Ilmiah Ekonomika*, 11(2), 96–11. <http://unbara.ac.id/includes/files/download/6794fd02add63293f3a636f7ef159b55.pdf>.

Dampak Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Keuangan terhadap EPS Perusahaan Telekomunikasi yang Terdapat pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021

Joseph Aldo¹⁾, Juan Barus Gultom²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾josephaldo8@gmail.com

²⁾juan.barus@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Return On Equity
Current Ratio
Debt to Equity Ratio
Earning per Share

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage keuangan terhadap laba per saham pada perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Data dokumen dari laporan keuangan tahunan yang dikeluarkan oleh Bursa Efek Indonesia digunakan sebagai sumber data yang dianalisis dalam penelitian ini. Populasi penelitian ini terdiri dari sepuluh perusahaan yang termasuk dalam subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan strategi yang dikenal sebagai sampel yang ditargetkan untuk mengumpulkan sampel dan menemukan 10 bisnis yang beroperasi di subsektor telekomunikasi yang memenuhi persyaratan tertentu. Earning per share (EPS) berfungsi sebagai variabel dependen, sedangkan Return on Equity (ROE), Current Ratio (CR), dan Debt to Equity Ratio (DER) menjadi variabel independen dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROE secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap EPS, CR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap EPS, dan DER tidak berpengaruh signifikan terhadap EPS. per Berbagi. Laba per saham secara signifikan dipengaruhi secara substansial oleh variabel ROE, CR, dan DER pada saat yang bersamaan.

I. PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan sumber dari beberapa jenis informasi bagi investor dan salah satu pertimbangan terpenting dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal. Di pasar saham, harga saham mewakili semua informasi yang relevan, dan pasar bereaksi terhadap rilis informasi baru. Perusahaan publik yang terdaftar di BEI wajib memberikan laporan keuangan tahunan kepada BEI, investor, dan masyarakat umum.

Tujuan normatif pengelolaan keuangan perusahaan adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemangku kepentingannya, termasuk pemangku kepentingan.

Pemangku kepentingan termasuk karyawan dan manajemen, kreditur, pemasok, masyarakat, perusahaan publik, dan pemegang saham. Adalah layak untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan mengoptimalkan nilai sekarang dari semua dividen pemegang saham yang diantisipasi di masa depan. Jika harga saham naik, kekayaan pemegang saham akan bertambah. Beberapa faktor, termasuk pendapatan per saham atau pendapatan per saham, mempengaruhi harga saham di pasar saham. Sektor telekomunikasi merupakan salah satu subsektor yang terus berkembang dan berkembang.

Untuk itu orang – orang memerlukan informasi tentang keuangan dari perusahaan – perusahaan telekomunikasi tersebut. Rasio yang akan digunakan adalah *Return On Equity* (ROE), *Current Ratio* (CR), dan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang akan dilihat pengaruhnya terhadap *Earning per Share* (EPS)

II. TINJAUAN PUSTAKA

Return On Equity (ROE)

Menurut (Hery, 2017) *Return On Equity* menunjukkan sebagian dari laba bersih perusahaan yang berasal dari ekuitas pemegang saham.

Current Ratio (CR)

Menurut (Kasmir, 2017), “Current Ratio atau rasio lancar adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek atau utang mendesak pada saat ditagih secara penuh.”

Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio utang terhadap ekuitas, seperti yang didefinisikan oleh Hery (2015: 196), adalah ukuran sejauh mana utang melebihi ekuitas.

Earning per Share (EPS)

Laba per saham, seperti yang didefinisikan oleh (Darmadji & Fakhruddin, 2016), adalah jenis rasio keuangan dimana rasio ini menunjukkan bagian laba untuk setiap saham yang beredar.

III. METODE

Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut (Mulyanti, 2017), data kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada positivistik (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang diukur dengan menggunakan statistika sebagai instrumen perhitungan tes, dan dihubungkan dengan topik yang diteliti agar dapat menghasilkan sebuah kesimpulan. Teknik pengumpulan data adalah metode dokumentasi dan metode kepustakaan, sampel penelitian adalah perusahaan telekomunikasi yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia (BEI).

Variabel	Skala Pengukuran	Indikator
A. Independen		
Return On Equity (ROE)	Rasio	$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$
Current Ratio (CR)	Rasio	$CR = \frac{\text{Aset lancar}}{\text{Kewajiban lancar}}$
Debt to Equity Ratio (DER)	Rasio	$DER = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total ekuitas}}$
B. Dependen		
Earning per Share (EPS)	Nominal	$EPS = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Jumlah saham beredar}}$

IV. HASIL

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) secara parsial :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.574	149.98487

a. Predictors: (Constant), Return_On_Equity

b. Dependent Variable: Earning_per_Share

Kolom R square menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 0,585 yang artinya pengaruh ROE secara parsial terhadap EPS adalah 58,5% sedangkan sisanya 41,5%.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.092 ^a	.009	-.018	231.86016

a. Predictors: (Constant), Current_Ratio

b. Dependent Variable: Earning_per_Share

Kolom R square menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 0,009 yang artinya pengaruh CR secara parsial terhadap EPS adalah 0,9% sedangkan sisanya 91,1%.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.006 ^a	.000	-.026	232.84848

a. Predictors: (Constant), Debt_to_Equity_Ratio

b. Dependent Variable: Earning_per_Share

Kolom R square menunjukkan angka koefisien determinasi sebesar 0,000 yang artinya pengaruh DER secara parsial terhadap EPS adalah 0% sedangkan sisanya 100%.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) secara simultan :

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.615	.583	148.47752

a. Predictors: (Constant), Debt_to_Equity_Ratio, Current_Ratio, Return_On_Equity

b. Dependent Variable: Earning_per_Share

Dari tabel di atas nilai Adjusted R square adalah 0.583. Hal ini menunjukkan bahwa dampak gabungan dari ROE, CR, dan DER terhadap laba per saham adalah sebesar 58,3% sedangkan sisanya sebesar 41,7% ditentukan oleh variabel lain.

Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.651	46.186		.339	.737
	Return_On_Equity	9.959	1.323	.804	7.527	.000
	Current_Ratio	-8.127	79.091	-.011	-.103	.919
	Debt_to_Equity_Ratio	-24.801	14.900	-.176	-1.665	.105

a. Dependent Variable: Earning_per_Share

Hasil pengujian parsial dari tabel di atas adalah :

- a. Nilai t 7,527 dan nilai sig 0,000 ditetapkan untuk variabel Return On Equity.
T hitung dalam penelitian ini memiliki nilai $7,527 > 2,048$ t tabel. Tingkat signifikansi sig 0,00 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa EPS dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Return on Equity.
- b. Variabel current ratio memiliki nilai t sebesar -0,103 dan nilai sig sebesar 0,919. Nilai t hitung dalam penelitian ini adalah -0,103 2,048 t tabel, dengan

nilai signifikansi $0,919 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Current Ratio hanya mempengaruhi sebagian EPS

- c. Variabel yang mewakili debt to equity ratio memiliki nilai t hitung sebesar -1,665 dan nilai sig sebesar 0,105. Nilai t hitung dalam penelitian ini adalah -1,665 2,048, dengan nilai signifikansi $0,105 > 0,05$. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa EPS tidak banyak dipengaruhi oleh debt to equity ratio.

Hasil Uji F :

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1266741.519	3	422247.173	19.153	.000 ^a
	Residual	793640.698	36	22045.575		
	Total	2060382.218	39			

a. Predictors: (Constant), Debt_to_Equity_Ratio, Current_Ratio, Return_On_Equity

b. Dependent Variable: Earning_per_Share

Diketahui nilai sig adalah 0,000 yang di mana $0,000 < 0,05$ sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa *Return On Equity*, *Current Ratio*, dan *Debt to Equity Ratio* secara simultan berpengaruh terhadap *Earning per Share*.

V. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Return on Equity*, *Current Ratio*, dan *Debt to Equity Ratio* terhadap *Earning per Share*. Sepuluh perusahaan subsektor telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan laporan keuangan

tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 menjadi subjek penelitian. Kesimpulan berikut dapat dibuat berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan:

1. Pengaruh dari ROE adalah sebesar 58,5%. Lalu t hitung $>$ t tabel ($7,527 > 2,048$) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dari hasil pengujian tersebut bisa diambil kesimpulan ROE memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS (H_a diterima dan H_o ditolak).
2. Pengaruh dari CR adalah sebesar 0,9%. Lalu t hitung $<$ t tabel ($-0,103 < 2,048$) dan nilai signifikan sebesar $0,919 > 0,05$ sehingga dari hasil pengujian tersebut bisa diambil kesimpulan CR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap EPS (H_o diterima dan H_a ditolak).
3. Pengaruh dari DER adalah sebesar 0%. Lalu t hitung $<$ t tabel ($-1,665 < 2,048$) dan nilai signifikan sebesar $0,105 > 0,05$ sehingga dari hasil pengujian tersebut bisa diambil kesimpulan DER tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap EPS (H_o diterima dan H_a ditolak).
4. Dari hasil analisis uji F menunjukkan *Return On Equity*, *Current Ratio*, dan *Debt to Equity Ratio* secara simultan berpengaruh terhadap *Earning per Share* dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 19,153.
5. Dari hasil regresi didapat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 15,651 + 9,959ROE - 8,127CR - 24,801DER + \epsilon$$

Berdasarkan model tersebut diperoleh konstanta sebesar 15,651 yang artinya jika ROE, CR, dan DER sebesar nol maka EPS adalah sebesar 15,651. Jika ROE meningkat 1 satuan maka EPS akan meningkat sebesar 9,959, sesuai dengan nilai koefisien ROE sebesar 9,959. Koefisien CR bernilai negatif -8,127, artinya dengan asumsi semua variabel lainnya tetap, EPS akan turun sebesar 8,127 jika CR bertambah satu satuan. Dengan premis variabel lain memiliki nilai yang stabil maka nilai koefisien DER adalah -24,801 dan bernilai negatif, artinya jika DER bertambah 1 satuan maka EPS akan turun sebesar 24.801.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadji, T., & Fakhrudin, H. M. (2016). *Pasar Modal di Indonesia*. Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Alfabeta.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hani, S. (2015). *Teknik Analisa Laporan Keuangan*. In Media.
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan Pendekata Rasio Keuangan (Cet 1.)*. Tri Admojo-CAPS.
- Hery. (2017). *Auditing dan Asuransi*. Grasindo.
- Hidayat, M., & Galib, M. (2019). Analisis Leverage Operasi dan Leverage Keuangan Terhadap Earning Per Share (EPS) di Perusahaan Industri Pabrik Kertas yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), 33–42. <https://doi.org/10.32500/jematech.v2i1.491>
- Jatmiko, D. P. (2017). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Diandara Creatif.
- Kariyoto. (2017). *Analisa Laporan Keuangan. Cetakan Pertama*. UB Press.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Kieso, D. E., & Weygandt, J. J. (2017). *Akuntansi Keuangan Menengah: Intermediate Accounting Buku 1*. Salemba Empat.
- Mulyanti, D. (2017). Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 62–71.
- Musthafa. (2017). *Manajemen Keuangan*. CV. Andi Offset.
- Putra, I. R. (2013). Analisis Pengaruh Operating Leverage dan Financial Leverage terhadap Earning Per Share (EPS) di Perusahaan Properti yang terdaftar di BEI (2007-2011). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1), 318–328.
- Satriana. (2017). *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas*. [Universitas Mercu Buana]. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/152>
- Siddiq, R. M., Setiawan, S., & Nurdin, A. A. (2020). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas terhadap Earning Per Share pada Bank Umum yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 1(1), 72–82. <https://doi.org/10.35313/ijem.v1i1.2419>
- Sirait, P. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Ekuilibria.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sriyono, S., Prapanca, D., & Budi, A. S. (2018). Analisis Return on Equity (ROE), Current Ratio (CR), Net Profit Margins (NPM), dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Earning Per Share

(EPS). *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 4(2), 154–163.
<https://doi.org/10.21070/jbmp.v4i2.1902>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

Sukamulja, S. (2019). *Analisis Laporan Keuangan. Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Investasi*. Andi dengan BPFE.

Susilawati, E. (2016). PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, RASIO SOLVABILITAS, DAN RASIO PROFITABILITAS TERHADAP EARNING PER SHARE (Study Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011). *Jurnal Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/10.24964/ja.v2i1.28>

Tandelilin, E. (2016). *Pasar Modal: (Teori dan Aplikasi)*. Kanisius.

Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. PT Grasindo.

www.idx.com

Faktor–Faktor yang Mempengaruhi *Financial Statement Fraud* pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020

Pauline^{1)*}, Peng Wi²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾paulinlin107@gmail.com

²⁾ppengwie@yahoo.co.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Financial Stability
Financial Target
External Pressure
Ineffective Monitoring
Change in Auditors
Change of Director

Abstrak

“Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *financial stability*, *financial target*, *external pressure*, *ineffective monitoring*, *change in auditor* dan *change of director* berpengaruh terhadap terjadinya *financial statement fraud*”.

“Penelitian ini menggunakan perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020 sebagai sampel dalam penelitian. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* terpilih 26 perusahaan dari 51 perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS Versi 25 dengan metode uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis”.

“Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *financial stability* (ACHANGE) dan *ineffective monitoring* (BDOUT) berpengaruh signifikan terhadap *financial statement fraud*, sedangkan *financial target* (ROA), *external pressure* (LEV), *change in auditor* (Δ CPA) dan *change of director* (DCHANGE) tidak berpengaruh terhadap *financial statement fraud*. *Financial stability*, *financial target*, *external pressure*, *ineffective monitoring*, *change in auditor* dan *change of director* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *financial statement fraud*”.

I. PENDAHULUAN

Laporan keuangan membantu pengguna memantau keuangan perusahaan. Akuntansi menghasilkan laporan keuangan untuk mengkomunikasikan keuangan atau operasi perusahaan kepada pihak luar. Laporan keuangan digunakan oleh karyawan, manajer, investor, kreditur, pemasok, konsumen, publik, dan pemerintah.

Menurut PSAK No. 1, laporan keuangan perusahaan mengungkapkan posisi keuangan, kinerja, serta arus kasnya. Karena menunjukkan kemajuan kinerja selama periode waktu tertentu dan tugas manajemen atas penggunaan sumber daya, hasil kinerja laporan keuangan mungkin tidak akurat. Investor membutuhkan dokumen keuangan dari perusahaan sebelum berinvestasi.

Kesalahan dan penipuan adalah dua jenis salah saji yang berbeda yang dapat mengakibatkan salah saji besar dalam laporan keuangan organisasi. Kesalahan dapat terjadi sebagai akibat dari ketidaktahuan atau kesalahpahaman tentang

suatu subjek. Sebaliknya, penipuan dilakukan dengan sengaja melawan hukum atau aturan lain untuk menguntungkan pelaku atau pihak lain dengan mengorbankan orang lain. Manajemen keuntungan ialah metode yang digunakan dalam penipuan kajian keuangan (*financial statement fraud*) pada suatu perusahaan. Penegasan ini sesuai dengan klaim (Adesya & Dewayanto, 2021) bahwa aktivitas yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk mengendalikan laba memiliki kaitan yang sangat erat dengan penipuan laporan keuangan.

Menurut Dirjen Pajak menyatakan bahwa terdapat wajib pajak badan berjumlah 700.000, namun berdasarkan data IAPI pada tahun 2019 hanya 2.000 perusahaan yang melakukan pelaporan keuangan perusahaan. Sedangkan perusahaan yang sudah melakukan pelaporan keuangan saja terdapat beberapa tindakan kecurangan, sehingga tidak menutup kemungkinan perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangannya melakukan tindak kecurangan juga yang tidak dapat diketahui dan dideteksi oleh pihak manapun (ACFE Indonesia Chapter, 2020).

Salah satu jenis penipuan yang paling umum adalah penipuan dalam laporan keuangan yang telah disiapkan organisasi. Seperti pada tahun 2015, ketika Toshiba Corp, sebuah perusahaan teknologi terkenal dengan akar Jepang, terlibat dalam kontroversi akuntansi di mana perusahaan tersebut memalsukan akun keuangan untuk mendongkrak pendapatan hingga US\$ 1,2 miliar. Temuan penyelidikan menunjukkan bahwa CEO Toshiba berada di bawah tekanan dari divisi bisnis untuk mencapai tujuan penjualan yang menantang untuk meningkatkan laba dan menunda pengungkapan kerugian perusahaan (sumber: liputan6.com). Saat tahun 2018, PT. Bank Bukopin Tbk memperbaiki keuntungan 2016 dari Rp. 1,08 triliun menjadi Rp. 183,56 miliar, dengan pendapatan kartu kredit menyumbang sebagian besar penurunan. Sebelum revisi, ekuitas Bank Bukopin tercatat Rp 9,53 triliun. Keduanya direvisi. Bank Bukopin mengatakan telah menginformasikan OJK dan KAP tentang kesalahan laporan keuangan (KAP) 2016. Dalam hal ini, laporan keuangan Bank Bukopin perlu direvisi selama tiga tahun. Bank Bukopin mengingkari aturan dalam hal ini.

Dewasa ini laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan diindikasikan adanya kecurangan (*Fraud*) yang ditujukan untuk menampilkan kinerja perusahaan agar terlihat baik oleh berbagai pihak yang berkepentingan demi kelangsungan hidup perusahaan. Teori *Fraud Diamond* dapat digunakan untuk mengukur tingkat kecurangan (*Fraud*) pada kajian keuangan perseroan. Perseroan perbankan mempunyai sensitifitas yang tinggi terhadap isu-isu sosial dan keuangan yang terjadi di suatu negara, khususnya pada situasi pandemi Covid-19 pada kondisi kinerja perusahaan yang terungkap pada laporan keuangan perusahaan. Tingkat kecurangan pada laporan keuangan perusahaan perbankan di masa pandemi Covid-19 sangat mungkin terjadi, sehingga dibutuhkan instrumen *fraud diamond* dalam mendeteksi kecurangan-kecurangan tersebut. Penelitian mengenai kecurangan (*fraud*) sudah sering dilakukan kepada perusahaan manufaktur, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berbeda dan lebih menarik yaitu menganalisis kecurangan (*fraud*) melalui metode Analisa *Elemen Fraud Diamond* terhadap perseroan perbankan terdaftar di BEI.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Financial Stability

“*Financial stability* adalah suatu hal yang menggambarkan kondisi stabilitas keuangan apabila dilihat dari sisi keuangan perusahaan. Sehingga perusahaan dituntut untuk mempunyai kondisi stabilitas keuangan yang stabil (Poppy & Terzaghi M. Titan, 2017)”.

Financial Target

“*Financial target* adalah suatu risiko karena adanya tekanan yang terlalu berlebihan pada pihak manajemen agar mencapai target keuangan yang telah direncanakan oleh pihak direksi atau pemilik saham (Hernawan et al., 2021)”.

External Pressure

“*External Pressure* adalah suatu tekanan yang berlebihan yang dihadapi oleh pihak manajemen sehingga harus memenuhi harapan pihak ketiga atau pihak luar (Aulia, 2018)”.

Ineffective Monitoring

“*Ineffective Monitoring* adalah suatu keadaan yang menggambarkan tidak dilakukannya pengawasan yang efektif dalam melakukan pemantauan secara langsung mengenai tingkat kinerja disuatu perusahaan (Puspitadewi & Sormin, 2018)”.

Change in Auditor

“*Change in auditor* adalah pergantian auditor yang dilakukan disuatu perusahaan, untuk meminimalisasi terdeteksinya kecurangan laporan keuangan yang telah dilakukan (Dinata et al., 2019)”.

Change of Director

“Perubahan direksi merupakan penyerahan tanggung jawab dan wewenang direksi lama kepada direksi baru yang terpilih (Nugraheni & Triatmoko, 2018)”.

III. METODE

Studi ini memakai SPSS dan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis numerik. Data sekunder untuk analisis ini adalah laporan keuangan 2017-2020 dari bank-bank BEI.

Dengan riset proyek, survei 51 bankir di BEI yang tersedia. Pemilihan purposive memilih sampel. Berikut ini adalah kondisi pengambilan sampel:

1) Untuk periode tahun 2017 sampai dengan tahun 2020, kajian keuangan usaha Bank yang tercatat di BEI disajikan dalam mata uang rupiah.

2) Selama kurun waktu 2017–2020, semua bisnis perbankan yang menyediakan data terkait dengan variabel penelitian dapat diakses.

3) Organisasi perbankan yang menghasilkan uang antara 2017 dan 2020.

Ada 26 perusahaan yang memiliki masa studi 4 tahun berdasarkan prosedur sampel. Akibatnya, ada 104 sampel dalam penyelidikan ini. Metode dokumentasi dan tinjauan pustaka digunakan ketika mengumpulkan informasi riset tersebut.

Cara Analisa Data

Riset ini memakai SPSS 25 untuk menganalisis data. Paragraf selanjutnya menjelaskan teknik analisa informasi riset.

1. Analisa Statistik Deskriptif

Analisa deskriptif merangkum variabel dependen dan independen (Anggraeni & Herijawati, 2018). Jelaskan minimum, maksimum, deviasi standar dan mean dengan memakai statistik deskriptif (standar deviasi).

2. Pengujian Asumsi Klasik

Uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi harus dijalankan untuk memastikan akurasi model (Ghozali, 2018).

a. Uji Normalitas

“Uji normalitas memeriksa apakah variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Grafik dan statistik dapat menentukan apakah tingkat residu terdistribusi secara teratur”.

b. Uji Multikolinearitas

“Uji multikolinearitas menentukan apakah analisa regresi dan variabel tidak terikat berkorelasi (independen). VIF dan Tolerance adalah metode multikolinearitas. Tidak ada multikolinearitas jika VIF 10 atau toleransi 0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

“Uji heteroskedastisitas menganalisis perbedaan varians residual. Heteroskedastisitas terjadi ketika ada pola titik-titik yang teratur, tetapi tidak ketika titik-titik Y ditempatkan secara sama rata di bawah dan di atas 0”.

d. Uji Autokorelasi

“Uji autokorelasi menguji hubungan antara periode t dan periode t-1 confounding error (Sari et al., 2020). Autokorelasi”:

1. “Apabila nilai DW kurang dari -2 berarti terjadi autokorelasi positif”.
2. “Apabila nilai DW diantara -2 dan +2 berarti tidak terjadi autokorelasi”.
3. “Apabila nilai DW lebih dari +2 berarti terjadi autokorelasi negatif”.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa baik satu variabel menjelaskan variabel lainnya (Rahmayuni, 2018). $R^2=0-1$ Variabel yang lebih sedikit dapat menjelaskan variabel dependen dengan R^2 yang lebih rendah. R^2 mengukur seberapa baik satu variabel menjelaskan variabel lain (mendekati 1).

4. Analisa Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda bertujuan agar memahami variabel terikat dipengaruhi oleh variabel tidak terikat. Regresi multiliner SPSS:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial t

Agar menentukan apakah faktor independen tertentu berdampak pada variabel dependen, dilaksanakan uji parsial (Aulia, 2018).

Kriteria berikut digunakan untuk membuat keputusan:

1. Variabel terikat tidak dipengaruhi variabel tidak terikat apabila Sig lebih besar 0,05.
2. Namun apabila Sig lebih kecil dari 0,05 maka variabel tidak terikat mempengaruhi variabel terikat.

b. Uji Simultan F

Dengan menguji beberapa jawaban sementara, kita dapat melihat adakah satu atau lebih variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Inggriani & Janamarta, 2019). Jika Sig kurang dari 0,05, maka variabel tidak terikat dan variabel terikat berhubungan. Untuk memiliki Sig lebih dari 0,05, tidak ada variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

IV. HASIL

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,378 ^a	,143	,090	,06738878	1,935

a. Predictors: (Constant), X6_DCHANGE, X2_ROA, X1_ACHANGE, X5_ΔCPA, X3_LEV, X4_BDOUT

b. Dependent Variable: Y_DACCIT

Sumber : SPSS Versi 25 hasil olah data

Koefisien determinasi adalah 0,090. Keuangan stabil, tujuan keuangan, tekanan luar, pemantauan yang tidak efisien, perubahan auditor, dan perubahan direktur masing-masing dapat mempengaruhi kecurangan laporan keuangan sebesar 9%. Faktor-faktor yang hilang mempengaruhi 91% populasi.

Uji Hipotesa
a. Uji Parsial t

Tabel 2
Hasil Uji Parsial t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,089	,116		-,767	,445
	X1_ACHANGE	-,147	,053	-,266	-2,782	,006
	X2_ROA	1,093	,881	,123	1,240	,218
	X3_LEV	-,005	,132	-,004	-,038	,970
	X4_BDOUT	,149	,058	,252	2,548	,012
	X5_ΔCPA	,038	,020	,185	1,893	,061
	X6_DCHANG	,001	,015	,005	,046	,964
E						

a. Dependent Variable: Y_DACCIT

1. Ambang batas signifikansi stabilitas keuangan menggunakan proksi ACHANGE adalah $0,006 < 0,05$. Maka stabilitas keuangan mempengaruhi penyimpangan kajian keuangan.
2. Jawaban uji hipotesa target keuangan dilakukan dengan memakai ROA dengan ambang batas signifikansi sebesar $0,218 > 0,05$. Tujuan keuangan tidak berdampak pada penipuan laporan keuangan, disimpulkan.
3. Ambang batas signifikansi untuk variabel tekanan eksternal menggunakan proksi LEV adalah $0,970 > 0,05$. Dengan demikian, tekanan dari sumber luar berdampak kecil pada penipuan laporan keuangan.
4. Ambang batas signifikansi untuk proxy pemantauan yang tidak efektif dengan BDOUT adalah $0,012 < 0,05$. Sehingga dinyatakan bahwa kecurangan laporan keuangan adalah hasil dari pemantauan yang tidak memadai.
5. Tingkat signifikan $0,061 > 0,05$ diamati ketika proksi CPA digunakan untuk menguji hipotesis perubahan auditor. Ditentukan bahwa kecurangan laporan keuangan tidak terpengaruh oleh pergantian auditor.
6. Ambang batas signifikansi untuk variabel Pergantian Direktur menggunakan proksi DCHANGE adalah $0,964 > 0,05$. Oleh karena itu, kecurangan laporan keuangan tidak terpengaruh oleh pergantian direktur.

b. Uji Simultan F

Tabel 3
Hasil Uji Simultan F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,073	6	,012	2,691	,019 ^b
	Residual	,441	97	,005		
	Total	,514	103			

a. Dependent Variable: Y_DACCIT

b. Predictors: (Constant), X6_DCHANGE, X2_ROA, X1_ACHANGE, X5_ΔCPA, X3_LEV, X4_BDOUT

Uji simultan F memiliki taraf signifikansi $0,019 < 0,05$, dilihat dari tabel di atas. Kesimpulan: Kecurangan laporan keuangan secara bersamaan dipengaruhi oleh faktor keuangan stabil, sasaran keuangan, tekanan luar, pemantauan yang buruk, perubahan auditor, dan perubahan direktur.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan uji hipotesa yang sudah dilaksanakan, sehingga diperoleh simpulan sebagai yaitu :

- a. Stabilitas keuangan yang memiliki nilai substansial $0,006 < 0,05$ mempengaruhi penyimpangan kajian keuangan.
- b. Penipuan laporan keuangan tidak terpengaruh oleh tujuan keuangan. $0,218 > 0,05$ adalah nilai signifikan, oleh karena itu
- c. Hasil yang signifikan sebesar $0,970 > 0,05$ diamati untuk Tekanan Eksternal, yang menunjukkan bahwa hal itu tidak berdampak pada penipuan laporan keuangan.
- d. Kecurangan laporan keuangan dipengaruhi oleh variabel pemantauan yang tidak efektif. Uji hipotesis, yang menghasilkan hasil signifikan $0,012 < 0,05$, berfungsi sebagai buktinya.
- e. Nilai signifikansi $0,061 > 0,05$ ditemukan untuk pergantian auditor, yang menampilkan bahwa perubahan auditor tidak berdampak pada penyimpangan kajian keuangan.
- f. Perubahan direktur tidak memiliki dampak yang berarti terhadap penipuan laporan keuangan. Uji hipotesis yang menghasilkan hasil signifikan sebesar $0,964 > 0,05$, menjadi buktinya.
- g. Kecurangan laporan keuangan secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel keuangan stabil, sasaran keuangan, tekanan luar, pemantauan yang buruk, perubahan auditor, dan perubahan direktur dengan tingkat signifikansi $0,019 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- ACFE Indonesia Chapter. (2020). *Survei Fraud Indonesia*.
- Adesya, K. P., & Dewayanto, T. (2021). *ANALISIS FINANCIAL STATEMENT FRAUD MENGGUNAKAN PERSPEKTIF TEORI FRAUD DIAMOND (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Bergerak di Sektor Manufaktur Tahun 2016-2019)*. 10, 1–13.
- Anggraeni, R. D., & Herijawati, E. (2018). Analisis Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pemahaman Perpajakan dan Kemudahan Perhitungan & Pembayaran Pajak Terhadap Tingkat Kepatuhan Kewajiban Perpajakan Pada Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Kecamatan Neglasari. *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 16 No.1. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/PE>
- Aulia, H. (2018). *Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Potensi Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2014 - 2016)*.
- Dinata, I. M. N., Suryandari, N. N. A., & Munidewi, I. . B. (2019). *Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Financial Statement Fraud*.
- Eudia, F., & Wi, P. (2021). Audit Delay yang dipengaruhi Kualitas audit, ROA, DAR, dan CR Pada Perusahaan Properti Tahun 2017-2020. *NIKAMABI*, 1 No.1.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Universitas Diponegoro.
- Hernawan, E., Cahyono, Y., Andy, Wi, P., & Alexander. (2021). Informasi Kebijakan Dividen Yang dipengaruhi Oleh Return On Asset , Leverage , dan Sales Growth. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 13(2), 1–11. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto/article/view/804/450>
- Inggriani, A., & Janamarta, S. (2019). Pengaruh Brand Name, Perceived Quality, Harga terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak jenis Super, Studi Kausalitas pada Pengguna Motor Produksi Masal di Shell BSD 1 Jalan Pahlawan Seribu. *PRIMANOMICS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 17 No. 3. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Nugraheni, N. K., & Triatmoko, H. (2018). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TERJADINYA FINANCIAL STATEMENT FRAUD: PERSPEKTIF DIAMOND FRAUD THEORY (Studi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *JURNAL AKUNTANSI DAN AUDITING*, 14(2), 118. <https://doi.org/10.14710/jaa.14.2.118-143>
- Poppy, I., & Terzaghi M. Titan. (2017). *Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Kecurangan Laporan Keuangan*. 3.
- Puspitadewi, E., & Sormin, P. (2018). PENGARUH FRAUD DIAMOND DALAM MENDETEKSI FINANCIAL STATEMENT FRAUD. *Jurnal Akuntansi*, 12(2), 146–162. <https://doi.org/10.25170/jara.v12i2.86>
- Rahmayuni, S. (2018). *Analisis Pengaruh Fraud Diamond terhadap Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016) Sri Rahmayuni*.

Sari, T. P., Indriana, D., & Lestari, T. (2020). *Analisis Faktor Risiko Yang Mempengaruhi Financial Statement Fraud : Prespektif Diamond Fraud Theory*. 20(2), 109–125.

<https://m.liputan6.com>

Pengaruh Beban Kerja, Komunikasi, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Karyawan di PT. Mayora Indah Tbk (Div. HRD)

Stefhani Novianty Wijaya^{1)*}, Sutrisna²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾stefhaninovianty06@gmail.com

²⁾sutrisna.sutrisna@buddhidharma.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Beban Kerja
Komunikasi
Lingkungan Kerja
Kepuasan karyawan

Abstrak

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh beban kerja, komunikasi, dan lingkungan kerja terhadap kepuasan karyawan PT. Mayora Indah Tbk Divisi HRD. Sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini berjumlah 60 responden dimana seluruh responden tersebut adalah karyawan Mayora Indah Tbk Divisi HRD. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 23. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif.

Hasil analisis linier berganda didapatkan persamaan $Y = 1,912 + 0,389X_1 + 0,368X_2 + 0,195X_3$. Dari hasil uji hipotesis diperoleh t_{hitung} beban kerja sebesar 3,132, t_{hitung} komunikasi sebesar 2,827, dan t_{hitung} lingkungan kerja sebesar 1,554 dengan t_{tabel} sebesar 2,00247 di dapat dari nilai distribusi tabel t untuk $df = 60-3$ dengan tingkat kesalahan sebesar 5%.

Sehingga dapat di simpulkan untuk beban kerja dan komunikasi H_0 diterima dan H_a di tolak $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan untuk variabel komunikasi H_0 diterima dan H_a di tolak dikarenakan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Dan hasil uji F di dapatkan nilai F_{hitung} beban kerja yaitu 98,656 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai F_{hitung} komunikasi yaitu 15,504 dengan nilai signifikan 0,000. Dan F_{hitung} lingkungan kerja yaitu 2,414 dengan nilai signifikan 0,000. Dimana $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ sebesar 2,77. Dengan begitu H_0 ditolak dan H_a diterima karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05.

I. PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia adalah faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Tanpa ada nya Sumber Daya Manusia, mustahil untuk suatu perusahaan dapat menjalankan tujuan tersebut. Salah satu pertimbangan dari setiap bisnis adalah perlindungan sumber daya manusia yang ada dalam bisnis. Oleh karena itu kepuasan karyawan harus di perhatikan, karena kepuasan karyawan

adalah salah satu cara agar perusahaan dapat mempertahankan Sumber Daya Manusia yang ada di dalam perusahaan.

Dengan kepuasan karyawan, loyalitas dalam pekerjaan juga akan terlihat dari bagaimana karyawan tersebut menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dengan rentan waktu tertentu, namun perusahaan tidak hanya harus meningkatkan kepuasan karyawan. Ada beberapa faktor juga yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, di antaranya adalah beban kerja karyawan, komunikasi karyawan, dan juga lingkungan kerja karyawan.

Beban kerja adalah tuntutan tugas yang diberikan kepada karyawan yang harus diselesaikan dalam jangka waktu tertentu pada suatu perusahaan. Banyak atau sedikit nya beban kerja yang di berikan perusahaan kepada karyawan harus tetap di kerjakan dan di selesaikan dalam kurun waktu yang sudah di berikan oleh perusahaan. Oleh karena itu beban kerja yang diberikan kepada karyawan harus di bagi raata dan di sesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki karyawan tersebut. Karena jika beban kerja yang diberikan kepada karyawan tersebut tidak merata akan terjadi kesenjangan antara karyawan satu dan yang lain nya. Juga, jika beban kerja yang di berikan kepada karyawan sangat berat nantinya akan menimbulkan tekanan yang cukup tinggi untuk karyawan tersebut. dan membuat karyawan tersebut merasakan *stress* yang berlebihan.

Komunikasi merupakan bentuk pertukaran pesan antar karyawan dengan atasan maupun karyawan satu dengan yang lain nya di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Tanpa ada nya komunikasi, pekerjaan yang di berikan akan mengalami hambatan yang akan berimbas pada kepuasan karyawan karena merasa ada hal yang menghambat pekerjaan, sehingga waktu pengerjaan menjadi lebih lambat.

Lingkungan kerja juga merupakan hal penting yang harus diperhatikan, karena walau lingkungan kerja tidak melakukan proses apapun dalam perusahaan, namun lingkungan kerja cukup berpengaruh terhadap karyawan. Jika lingkungan kerja di sekitar karyawan memadai dan memuaskan bagi karyawan akan meningkatkan kinerja karyawan tersebut, namun jika lingkungan kerja di sekitar karyawan tersebut tidak memadai dan tidak memuaskan bagi karyawan akan berpengaruh dengan kinerja karyawan tersebut.

Indikasi penulis dengan menggunakan variabel beban kerja, komunikasi, dan lingkungan kerja di latar belakang dengan beberapa alasan. Terkait dengan beban kerja, permasalahan yang di temui penulis adalah tinggi nya beban pekerjaan yang diberikan kepada karyawan baik yang sesuai dengan *job desc* maupun di luar *job desc*, selain itu juga pembagian pekerjaan antara satu karyawan dengan karyawan lain di dalam satu tim yang terkadang masih belum seimbang. Sehingga membuat para karyawan merasa *stress* karena beban tersebut. Terkait dengan komunikasi, permasalahan yang di temui penulis adalah masih sangat kurang nya komunikasi di dalam satu tim baik dengan karyawan satu dan lain nya, maupun antar karyawan dengan atasan yang membuat kesalah pahaman dalam menyelesaikan pekerjaan. Terkait dengan lingkungan kerja, permasalahan yang di temui penulis berkaitan dengan beban kerja yang tinggi, sehingga fasilitas perusahaan harus memadai untuk mendukung karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan dengan cepat dan tepat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Beban Kerja

Menurut Munandar (dalam penelitian Solehah & Ratnasari, 2019):

Beban kerja adalah tugas yang dilakukan karyawan secara langsung tepat waktu, dengan menggunakan keterampilan dan potensi karyawan.

Menurut Antonius Rino Vanchapo (dalam penelitian Lukito & Alriani, 2018) :

Beban kerja adalah pekerjaan yang dilakukan oleh unit pekerjaan/organisasi dan merupakan jumlah pekerjaan dikalikan dengan waktu..

Menurut Eni Mahawati, et al (dalam penelitian Lukito & Alriani, 2018):

Beban kerja adalah jumlah pekerjaan yang diharapkan dan tanggung jawab fisik dan mental seorang karyawan.

Komunikasi

Menurut Andrew E. Sikula (dalam penelitian Lawasi & Triatmanto, 2017) :

Komunikasi merupakan proses pemindahan informasi, pengertian, atau pengertian menurut satu orang, tempat, atau benda ke sesuatu, tempat, atau orang lain.

Menurut Sutrisno (dalam penelitian Ardiansyah, 2017) :

Komunikasi adalah istilah yang memiliki banyak arti. Tempat para ilmuwan sosial bekerja dengan pendekatan komunikatif yang umumnya berfokus pada aktivitas manusia.

Menurut Andriyani, Darmawan, & Hidayati (dalam penelitian Merta et al., 2020) :

Komunikasi merupakan pertukaran informasi antara dua orang atau lebih, yang biasa disebut juga dengan pertukaran ide dan pikiran agar informasi tersebut dapat mengubah sikap dan perilaku.

Lingkungan Kerja

Menurut Sedarmayanti (dalam penelitian Pudjo Wibowo et al., 2020) :

Lingkungan kerja mencakup semua sarana dan prasarana kerja yang berdekatan dengan pekerja yang melakukan pekerjaan yang dapat mempengaruhi kinerja pekerja. Contoh: tempat kerja, fasilitas, alat bantu kerja, dll.

Menurut Surajiyo, Nasruddin, Herman Paleni (dalam penelitian Julyanti & Pujiarti, 2022) :

Lingkungan kerja adalah apa pun yang bersambung pakai bekas tugas yang menguasai kapabilitas karyawan.

Menurut Pandi Afandi (dalam penelitian Efendi & Widiyanto, 2022)

Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang relevan bagi seorang karyawan yang dapat mempengaruhi prestasi kerja.

Kepuasan karyawan

Menurut Edy Sutrisno (dalam penelitian Pudjo Wibowo et al., 2020) :

Kepuasan kerja adalah sikap karyawan terhadap pekerjaan yang berkaitan dengan masalah yang berkaitan dengan kondisi kerja, kerjasama antar karyawan, penghargaan yang diperoleh di tempat kerja, dan faktor fisik, fisik dan psikologis.

Menurut Sutrisno (dalam penelitian Sugandha, 2019)

Kepuasan kerja sebagai sikap positif/negatif individu terhadap pekerjaan. Kepuasan kerja pada dasarnya ialah perasaan senang atau tidak puas yang dirasakan seorang karyawan ketika melihat dan melakukan pekerjaannya.

Menurut Badeni, (dalam penelitian Pujiarti, 2019) :

Kepuasan kerja seorang karyawan adalah sikap individu terhadap pekerjaannya, yang bisa positif atau negatif, puas atau tidak puas.

III. METODE

Jenis Data

Jenis data yang digunakan bagian dalam penentuan ini adalah bukti jantung. Data jantung adalah mula bukti penentuan yang terukir lanjut berasal mula jantung serupa kuesioner. Selain itu, analisis kualitatif menjadi metode yang digubakan dalam penelitian ini untuk lebih memperjelas data yang diperoleh. Dan penelitian ini bersifat kuantitatif karena menggunakan data yang memerlukan komputasi.

Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah subyek dari siapa data tersebut tersedia. Pemahaman yang kuat tentang sumber data ini sangat penting sehingga tidak terjadikesalahan saat memilih sumber data yang memenuhi tujuan penelitian. Terdapat 2 sumber data yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu:

a) Sumber data primer

Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan dikirimkan ke penerima, pengumpul data atau peneliti.

b) Sumber data sekunder

Ialah adalah data yang dikumpulkan oleh perantara atau pihak-pihak yang sebelumnya telah mengupulkan data, dengan kata lain peneliti tidak langsung menyerahkan datanya sendiri, mereka datang ke lapangan. Sumber data primer dan sekunder juga berbeda tergantung dari metode yang digunakan oleh peneliti.

Populasi

Menurut Sugiyono (2017) :

Populasi adalah bidang umum yang berisi subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah diidentifikasi peneliti untuk mempelajarinya dan menarik kesimpulan.

Berdasarkan pengertian tersebut, penulis menentukan bahwa populasi penelitian ini adalah karyawan PT. Mayora Indah Tbk yang memiliki total 60 karyawan di divisi HRD.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017) :

Sampel adalah bagian dari himpunan dan karakteristik dari suatu populasi.

Menurut Sugiyono (2017), besar sampel untuk penelitian ini, yaitu:

a) Jumlah sampel berkisar 30 sampai dengan 500.

b) Jika sampel di bagi dalam beberapa kategori (misal: laki-laki atau perempuan, pegawai negeri/swata, dan lain nya) maka jumlah sampel minimal 30 di setiap kategorinya.

c) Jika penelitian menggunakan analisis multivariat (seperti korelasi atau regresi berganda), jumlah sampel harus setidaknya 10 kali jumlah variabel yang diteliti.

d) Ekperimen dengan kelompok eksperimen dan kontrol termasuk 10-20 subjek.

Dikarenakan populasi dalam penelitian ini relatif kecil dengan keseluruhan total karyawan HRD di PT. Mayora Indah Tbk, yaitu 60 responden. Karena karena itu, penulis menggunakan metode sampling jenuh dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi yang digunakan sebagai data pendukung untuk menjelaskan penelitiannya.. Ada beberapa jenis teknik pengumpulan data, yaitu:

a) Observasi (pengamatan)

Teknik observasi adalah pengamatan sistematis dan pencatatan gejala yang terjadi pada subjek penelitian. Dalam teknik observasi, peneliti biasanya melakukan perjalanan ke lokasi yang diinginkan untuk menentukan peralatan yang sesuai.

b) Kuesioner (Kuesioner/Angket)

Kuesioner atau kuesioner mengacu pada teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan dari orang lain yang berfungsi sebagai jawaban atas pertanyaan peneliti.

c) Interview (Wawancara)

Teknik wawancara atau interview dilakukan secara sadar dengan mengembara melalui suku kata dan mengumpulkan fakta menggunakan sumber, sumber petunjuk dan sumber fakta.

Dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut, penulis menggunakan teknik pengumpulan data angket, yang dilakukan dengan menyebarkan angket kepada responden.

IV. HASIL

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

a. Beban Kerja

Item-Total Statistics		
	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Ket. (Valid >0.2564)
X1.1	.559	Valid
X 1.2	.325	Valid
X 1.3	.282	Valid
X 1.4	.235	Tidak Valid
X 1.5	.428	Valid
X 1.6	.291	Valid
X 1.7	.114	Tidak Valid
X 1.8	.616	Valid
X 1.9	.159	Tidak Valid

X1.10	.198	Tidak Valid
-------	------	-------------

*) Dari 60 responden dalam penelitian ini di peroleh nilai r-tabel 0,2564 dengan nilai signifikan yakni sebesar 5%.

b. Komunikasi

Item-Total Statistics		
	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Ket. (Valid >0.2564)
X 2.1	.569	Valid
X 2.2	.206	Tidak Valid
X 2.3	.329	Valid
X 2.4	.593	Valid
X 2.5	.307	Valid
X 2.6	.364	Valid
X 2.7	.384	Valid
X 2.8	.491	Valid
X 2.9	.363	Valid
X2.10	.316	Valid

*) Dari 60 responden dalam penelitian ini di peroleh nilai r-tabel 0,2564 dengan nilai signifikan yakni sebesar 5%.

c. Lingkungan Kerja

Item-Total Statistics		
	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Ket. (Valid >0.2564)
X 3.1	.276	Valid
X 3.2	.357	Valid
X 3.3	.327	Valid

X 3.4	.314	Valid
X 3.5	.498	Valid
X 3.6	.348	Valid
X 3.7	.270	Valid
X 3.8	.374	Valid
X 3.9	.270	Valid
X3.10	.246	Tidak Valid

*) Dari 60 responden dalam penelitian ini di peroleh nilai r-tabel 0,2564 dengan nilai signifikan yakni sebesar 5%.

d. Kepuasan karyawan

Item-Total Statistics		
	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Ket. (Valid >0.2564)
Y 1.1	.332	Valid
Y 1.2	.478	Valid
Y 1.3	.249	Tidak Valid
Y 1.4	.535	Valid
Y 1.5	.548	Valid
Y 1.6	.422	Valid
Y 1.7	.656	Valid
Y 1.8	.451	Valid
Y 1.9	.485	Valid
Y1.10	.343	Valid

*) Dari 60 responden dalam penelitian ini di peroleh nilai r-tabel 0,2564 dengan nilai signifikan yakni sebesar 5%.

b) Uji Relibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket. (Reliabel >0.60)
X1. Beban Kerja	0,657	Reliabel
X2. Komunikasi	0,734	Reliabel
X3. Lingkungan Kerja	0,668	Reliabel
Y. Kepuasan karyawan	0,781	Reliabel

Berdasarkan pernyataan tersebut, penulis menetapkan bahwa populasi penelitian ini adalah karyawan PT Mayora Indah Tbk yang berjumlah 60 orang dari bagian HRD.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.794 ^a	.630	.623	2.20864	.630	98.656	1	58	.000
2	.842 ^b	.709	.699	1.97541	.079	15.504	1	57	.000
3	.849 ^c	.721	.706	1.95137	.012	2.414	1	56	.126

- a. Predictor: (Constant), BEBANKERJA
- b. Predictor: (Constant), BEBAN KERJA, KOMUNIKASI
- c. Predictor: (Constant), BEBAN KERJA, KOMUNIKASI, LINGKUNGAN KERJA
- d. Dependen Variabel: KEPUASAN karyawan

- A. Kolom R Model 1 menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,794. Artinya ada pengaruh parsial antara beban kerja (X1) dan kepuasan kerja (Y).
- B. Kolom R model 2 menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,842. Artinya ada pengaruh parsial antara komunikasi (X2) dengan kepuasan karyawan (Y).
- C. Kolom R model 3 menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,849. Artinya ada pengaruh parsial antara lingkungan kerja (X3) dengan kepuasan karyawan (Y).

- D. Data dengan nilai signifikansi 5% menjelaskan bahwa variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh secara simultan terhadap Y pada perusahaan PT. Mayora Indah Tbk.

3. Pengujian Hipotesis

a) Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.912	3.250		.588	.559
	BEBANKERJA	.398	.127	.377	3.132	.003
	KOMUNIKASI	.368	.130	.360	2.827	.007
	LINGKUNGAN KERJA	.195	.126	.183	1.554	.126

a. Dependen Variabel: KEPUASAN karyawan

- A. Pada variabel beban kerja (X1) terdapat pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan karyawan PT. Mayora Indah Tbk dimana hasil t hitung nya adalah $3,132 > t$ tabel $2,00247$.
- B. Pada variabel komunikasi (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan karyawan PT. Mayora Indah Tbk dimana hasil t hitung nya adalah $2,827 > t$ tabel $2,00247$.
- C. Pada variable lingkungan kerja (X3) tidak berpengaruh terhadap signifikan terhadap kepuasan karyawan PT. Mayora Indah Tbk dimana hasil t hitung nya adalah $1,554 < t$ tabel $2,00247$.
- D. Variabel beban kerja dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan karyawan dimana beban kerja sangat mendominasi kepuasan karyawan dengan t hitung sebesar $3,132 > t$ tabel $2,00247$ dan juga komunikasi sebesar $2,827 > t$ tabel $2,00247$.

b) Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	481.254	1	481.254	98.656	.000 ^b
	Residual	282.929	58	4.878		
	Total	764.183	59			
2	Regression	541.754	2	270.877	69.415	.000 ^c
	Residual	222.429	57	3.902		
	Total	764.183	59			
3	Regression	550.945	3	183.648	48.229	.000 ^d
	Residual	213.238	56	3.808		
	Total	764.183	59			

a. Dependen Variabel: KEPUASAN karyawan

b. Predictor: (Constan), BEBAN KERJA

c. Predictor: (Constan), BEBAN KERJA, KOMUNIKASI

d. Predictor: (Constan), BEBAN KERJA, KOMUNIKASI, LINGKUNGAN KERJA

- A. Dari tabel ANOVA diperoleh Fhitung model 1 sebanyak 98.656 menggunakan tingkat signifikansi dimana $0,000 < 0,05$. Oleh lantaran itu, H0 di tolak & Ha di terima.
- B. Dari tabel ANOVA diperoleh Fhitung model 2 sebanyak 69,415 menggunakan tingkat signifikansi dimana $0,000 < 0,05$. Oleh lantaran itu, H0 di tolak & Ha di terima.
- C. Dari tabel ANOVA diperoleh Fhitung model 3 sebanyak 48,229 menggunakan tingkat signifikansi dimana $0,000 < 0,05$. Oleh lantaran itu, H0 di tolak & Ha di terima.

V. KESIMPULAN

- A. Beban kerja terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan karyawan di PT. Mayora Indah Tbk dimana hasil thitung nya adalah $3,132 > ttabel 2,00247$. Dengan memberikan beban kerja yang sesuai dengan keterampilan karyawan akan membuat karyawan merasa nyaman saat bekerja, sehingga karyawan akan terus memantaskan dirinya untuk tetap bertanggung jawab

terhadap pekerjaannya. Namun, alangkah baiknya apabila karyawan dapat terus mengembangkan kemampuan dirinya agar dapat menyesuaikan dengan beban kerja yang di tanggunginya dengan cara meningkatkan pengetahuan, dan keterampilan.

- B. Komunikasi juga terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan karyawan di PT. Mayora Indah Tbk dimana hasil thitung nya adalah $2,827 > t_{tabel} 2,00247$. Dimana komunikasi yang berjalan dengan baik akan membantu karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan yang ada karena informasi yang di dapat jelas dan dapat di mengerti oleh karyawan. Namun, alangkah baiknya apabila karyawan dapat terus mengembangkan kemampuan dirinya agar dapat menyesuaikan dengan beban kerja yang di tanggunginya dengan cara meningkatkan pengetahuan, dan keterampilan.
- C. Dalam variabel lingkungan kerja dengan hasil thitung sebesar $1,554 > t_{tabel} 2,00247$ maka, PT. Mayora Indah Tbk harus lebih meningkatkan kenyamanan lingkungan kerja agar karyawan tetap nyaman dalam bekerja serta mampu meningkatkan loyalitas karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Efendi, I., & Widiyanto, G. (2022). "Pengaruh Pemberian Kompensasi, Lingkungan Kerja, dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja karyawan Pada Bagian Produksi Pada PT. Baru Baru Sepatu." *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1341%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/1341/767>
- Feldman, D. C. 2004. The devil is in the details: Converting good research into publishable articles. *Journal of Management* 30 (1): 1-6. Ardiansyah, D. O. (2017). "Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja karyawan dengan Dimediasi oleh kepuasan Kerja". *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://media.neliti.com/media/publications/75118-ID-pengaruh-komunikasi-terhadap-kinerja-kar.pdf>
- Julyanti, V., & Pujiarti. (2022). "The Effect Of Position Promotion , Workload , And Work Environment On Employee Loyalty At PT . Sahassa Prima Niaga." 3, 1–12.
- Lawasi, E. S., & Triatmanto, B. (2017). "Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja karyawan." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1).

<https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1313>

- Lukito, L. H., & Alriani, I. M. (2018). "Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja, Stres Kerja Terhadap Kinerja karyawan Pada Pt. Sinarmas Distribusi Nusantara Semarang." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi No. 45 / Th. XXV / Oktober 2018* , 45, 24–35.
- Merta, I. K., Elik Astari, A. A., & Ernawati Kertagam, N. K. (2020). "Pengaruh Komunikasi Dan Hubungan Industrial Terhadap Kepuasan Kerja karyawan Pada Hotel Fave Petitenget Kabupaten Badung Bali." *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 1(2), 23–44. <https://doi.org/10.47532/jis.v1i2.44>
- Pudjo Wibowo, F. X., Sugandha, S., Tholok, F. W., & Tangerang, D. (2020). "PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA (Studi Kasus di PT Mutiara Nusantara Globalindo)." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(3), 248–258.
- Pujiarti. (2019). "Pengaruh Kompetensi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Pilar Guna Usahatama." *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(Vol 17 No 1 (2019): Primanomics : Jurnal Ekonomi dan Bisnis), 3. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/87/50>
- Solehah, S., & Ratnasari, S. L. (2019). "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Beban Kerja, Job Insecurity Terhadap Turnover Intention karyawan PT. Federal Internasional Finance Cab Batam." *Jurnal Dimensi*, 8(2), 210–239. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2153>
- Sugandha, S. (2019). "Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja karyawan (Studi Kasus di PT. KEONG NUSANTARA ABADI)." *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 38. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.173>

Pengaruh Komite Audit, *Leverage*, dan *Financial Distress* Terhadap *Audit Delay* (Studi Kasus Pada Perusahaan IDX 30 Yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)

Stevani Agatha^{1)*}, Selfiyan²⁾

¹⁾ Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾ stevaniagatha2399@gmail.com

²⁾ selfitan.selfiyan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Komite Audit
Leverage
Financial Distress
Audit Delay

Abstrak

Penelitian ini ditujukan agar mencapai empiris terkait pengaruh komite audit, *leverage* dan *financial distress* pada *audit delay* pada perusahaan IDX 30 yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

Metode perolehan sampel memakai teknik *purpose sampling*. Populasi pada penelitian ini ialah perusahaan IDX 30 yang terdaftar di BEI dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020. Menurut standar tertentu 15 dari 30 perusahaan IDX 30 yang sesuai untuk dijadikan sampel. Metode analisa data yang dipakai yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dengan memakai *software statistic SPSS* versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial komite audit serta *financial distress* memberikan pengaruh signifikan pada *audit delay*. Sementara itu *leverage* tak memberikan pengaruh signifikan pada *audit delay* dan secara silmutan komite audit, *leverage* dan *financial distress* pada secara signifikan terhadap *audit delay* (Studi Kasus Pada Perusahaan IDX 30 Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020).

I. PENDAHULUAN

Laporan keuangan ialah salah satu instrumen yang paling penting dimana harus digunakan agar dapat menilai kinerja setiap perusahaan dan untuk meningkatkan kinerja tersebut yang dimana diperuntukan bagi badan usaha yang telah *go public*. Meningkatnya permintaan terhadap informasi audit laporan keuangan yang dimana informasi tersebut sangat penting bagi para investor menyebabkan adanya peningkatan jumlah perusahaan yang *go publik*. Ketika permintaan audit atas catatan keuangan perusahaan dibuat, permintaan itu harus memenuhi persyaratan bahwa mereka dapat dipahami dengan jelas dan dapat menghasilkan catatan yang akan berguna bagi mereka yang menulis surat pengaduan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat harus peduli tentang seberapa cepat arsip *publish*.

Perusahaan harus menyampaikan informasi laporan keuangannya bagi publik secara *on time* seperti yang tercantum dalam peraturan yang berlaku dimana tiap badan usaha yang telah *go public* diharuskan agar dapat mempublikasikan laporan keuangan yang disajikan sesuai dengan ketentuan Standar Akuntansi Keuangan yang berlaku serta sudah selesai diaudit oleh kantor akuntan publik yang sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dimana sebelumnya diketahui sebagai Badan Pengawas Pasar Modal (Bapepam).

Menurut (Yanthi et al., 2020) mengatakan bahwa *audit delay* ialah periode antara akhir tahun pajak dan tanggal pelaporan audit perusahaan. Apabila seorang auditor semakin lama dalam menuntaskan tugasnya, akan menjadi penyebab semakin besar nilai *audit delay*. Berdasarkan kutipan diatas maka dapat dikatakan kinerja audit sangat berpengaruh kepada *audit delay* yang dimana bila sebuah badan usaha terlambat dalam mempublikasikan laporan keuangan auditnya maka dapat berdampak perusahaan itu sendiri mulai dari sanksi yang diterima perusahaan itu sendiri ataupun pengaruh harga saham perusahaan itu sendiri.

Salah satu fenomena *audit delay* di Indonesia terjadi pada PT. Garuda Indonesia, Tbk dimana hal tersebut terjadi dikarenakan adanya kondisi keuangan yang kurang baik didalam manajemen PT. Garuda Indonesia, Tbk itu sendiri atau dapat disebut *financial distress*. Kementerian BUMN mengemukakan bahwa masalah keuangan yang sekarang dihadapi PT Garuda Indonesia Tbk diakibatkan karena ketidakberhasilan pihak manajemen dimasa lampau yang berdampak pada aksi korupsi, ditambah berikutan situasi pandemi Covid-19 yang dimana pada tahun 2021 total kewajiban PT. Garuda Indonesia, Tbk sampai US\$ 9,756 miliar atau sepadan dengan Rp 138,53 triliun. (www.cnbcindonesia.com). Berdasarkan kejadian tersebut maka dapat diindikasikan bahwa *financial distress* mempunyai pengaruh pada kesesuaian waktu penyajian laporan keuangan audit yang dimana dalam kasus PT. Garuda Indonesia, Tbk terjadinya *audit delay* yang disebabkan oleh kondisi keuangan perusahaan yang buruk.

Sanksi keterlambatan yang dikenakan apabila suatu perusahaan terlambat dalam penyampaian laporan keuangan tertuang dalam peraturan resmi POJK No. 3/POJK.04.2021 terkait Penanganan Kegiatan di Bidang Pasar Modal. Namun peraturan yang terbaru dibuat berfungsi sebagai PP No. 45 Tahun 1995. Menurut PP45/1995, denda SRO yang berlaku saat ini menetapkan batas harian untuk transaksi mata uang yakni Rp. 500.000 dengan batas maksimal Rp. 500juta. Dalam POJK terbaru, total denda meningkat jadi Rp. 1 juta per hari tanpa minimal. Setelah itu entitas besar yang awalnya Rp.1 juta per hari dengan maksimal Rp.500 juta jadi Rp.2 juta tanpa batas minimal, sementara itu entitas menengah-kecil terus mengeluarkan biaya Rp.1 juta per hari dengan minimal jumlah batas ikut yang terlampaui. (www.idx.com).

Terjadinya *audit delay* pada suatu perusahaan dapat menyebabkan dampak negatif kepada perusahaan itu sendiri, seperti kurangnya kepercayaan masyarakat maupun investor kepada perusahaan yang menyebabkan menurunnya reputasi dan kredibilitas perusahaan itu sendiri. Selain tingkat kepercayaan masyarakat salah satu dampak negatif yang terjadi dapat mempengaruhi tingkat laba dan keberlangsungan hidup perusahaan.

Adapun beberapa faktor yang berpotensi menimbulkan pengaruh kepada *audit delay* sebagai berikut; komite audit, *leverage*, *financial distress*, ukuran perusahaan, kualitas audit, solvabilitas, profitabilitas dan lain sebagainya.

Sesuai dengan Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 mengenai Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit menyatakan bahwa komite audit ialah komite yang dibangun oleh dan bertanggung jawab terhadap Dewan Komisaris dalam membantu menjalankan kewajiban dan fungsi Dewan Komisaris. Anggota komite audit paling rendah beranggotakan dari 3 orang yang dimana isinya dari komisaris independen serta pihak luar perusahaan atau perusahaan publik. (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Sehingga jika makin banyak anggota yang terlibat didalam komite audit maka hal ini bisa jadi sebab pada lamanya pekerjaan audit yang dimana apabila makin lama pengerjaan audit pada suatu perusahaan tentu akan berdampak pada *audit delay*.

Selain komite audit, *leverage* merupakan penyebab terbesar yang berkontribusi pada *audit delay*. Bisnis dengan tempat yang luas secara konsisten memaksa auditor agar dapat melakukan audit lebih baik dibandingkan dengan bisnis yang lebih sederhana, ini disebabkan suatu badan usaha yang besar diawasi oleh para pemangku kepentingan yang dimana mau belajar tentang kegiatan operasionalnya dari waktu ke waktu dan disadarkan akan segala potensi risiko terhadap keamanan finansial perusahaan tersebut. Perjanjian pinjaman yang tepat waktu juga memungkinkan pemegang saham untuk menentukan persyaratan perjanjian pinjaman serta posisi perusahaan. Rasio *leverage* yang pakai dipenelitian ini yakni DAR. Menurut (Mulatsih & Dewi, 2021) *debt to asset ratio* (DAR) yakni rasio utang yang diperuntukan agar dapat menghitung komparasi antara jumlah kewajiban berikut jumlah aktiva. Sehingga, kita dapat mengetahui besaran aktiva perusahaan yang dibiayai dengan kewajiban atau besaran kewajiban perusahaan mempengaruhi pada pengolahan aktiva.

Sesuai dengan fenomena yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa *financial distress* mempunyai pengaruh pada *audit delay*. Menurut (Syofiana et al., 2018) *Financial distress* merupakan situasi dimana perusahaan tengah menghadapi situasi keuangan yang kurang mendukung yang akan jadi penyebab potensi kebangkrutan. Dikarenakan kondisi keuangan yang sedang krisis maka perusahaan akan mencoba untuk lebih memprioritaskan agar dapat memperbaiki kondisi keuangan perusahaan sehingga menyebabkan terjadinya *audit delay*.

Rasio yang dipakai untuk dapat mengukur tingkat *financial distress* menggunakan DER. Menurut (Utami & Darmawan, 2018) *debt to equity ratio* ialah rasio yang menghitung sejauh mana taraf pemakaian kewajiban sebagai sumber pembiayaan perusahaan. Kesulitan keuangan yang dialami oleh suatu perusahaan dapat memungkinkan meningkatnya *audit rate* bagi auditor independen khususnya risiko dalam deteksi dan pengendalian. Maka dari itu, seorang auditor wajib melaksanakan penilaian risiko sebelum melakukan proses audit, khususnya pada tahap perencanaan audit, oleh karena itu situasi tersebut tidak memperlambat proses audit ataupun menundanya.

Berdasarkan latar belakang yang dideskripsikan sebelumnya, maka penelitian ini ditujukan agar membedah masalah terkait pengaruh komite audit, *leverage* serta *financial distress* pada *audit delay* terhadap perusahaan IDX 30 yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Komite Audit

Aspek penting dari tata kelola badan usaha yang sehat yaitu komite audit. Komite audit yang berafiliasi dengan perusahaan berisikan sekitar 3 (tiga) anggota yang telah disetujui komite independen serta 2 (dua) anggota tambahan yang tidak terafiliasi dengan perusahaan maupun perusahaan publik. Komite audit berfungsi agar dapat menyampaikan opini terkait masalah akuntansi, penyajian laporan berikut dengan penjabarannya, menilai kontrol internal dan mencari tahu sistem pelaporan terhadap pihak luar perusahaan. (Bapepam, 2012). menyatakan bahwa syarat keanggotaan komite audit antara lain :

1. Mempunyai integritas yang tinggi, kapabilitas, pengetahuan serta pengalaman yang cocok dengan pendidikannya dan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik.
2. Salah satu anggota Komite Audit mempunyai latar belakang Pendidikan akuntansi.
3. Mempunyai pengetahuan yang cukup agar dapat mendalami laporan keuangan.
4. Mempunyai pengetahuan yang cukup terkait ketetapan undang-undang dibidang pasar modal serta pedoman mengenai yang lainnya.
5. Diharuskan mempunyai kode etik Komite Audit yang diregulasi perusahaan publik.

Leverage

Menurut (Fatchan, 2018) mengatakan bahwa :

“*Leverage* didefinisikan sebagai rasio yang dipakai agar bisa menghitung seberapa jauh aset perusahaan dibiayai oleh hutang. Jikalau proposi kewajiban perusahaan berada diatas aset yang dipunyai tentunya akan berdampak pada kerugian sehingga bisa terjadi kenaikan tingkat kehati-hatian dari auditor pada laporan keuangan auditnya, dan dalam kehati-hatian dalam menyelesaikan laporan keuangan audit maka akan menghadapi *delay* saat mempublikasikan hasil laporan keuangan audit terhadap publik”

Menurut (Al-Faruqi, 2020) mengatakan bahwa :

“*Leverage* adalah kemampuan suatu badan usaha untuk melunasi kewajiban ketika perusahaan dilikuidasi. *Leverage* diperluka supaya dapat meringankan tugas pihak manajemen berikut dengan investor didalam menganalisis serta mendalami struktur modal pada sebuah badan usaha dan dijadikan acuan atas sumber dana pada operasional perusahaan”

Menurut (Karina & Sutandi, 2019) mengatakan bahwa :

“*Leverage* ialah rasio yang dipakai agar dapat menghitung seberapa jauh aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Maka dari itu bisa dikatakan sejauh mana beban hutang yang ditanggung perusahaan dibanding dengan asetnya.”

Menurut (Ginny et al., 2018) mengatakan bahwa :

“*Leverage* yaitu mengukur besaran aktiva yang dibiayai dengan hutang yang asalnya diperoleh dari pihak ketiga atau kreditor bukan dari pemegang saham ataupun para penanam modal”

Financial Distress

Setiap perusahaan bisa mengalami situasi kesulitan keuangan atau *financial distress* sebelum terjadinya kebangkrutan. *Financial distress* mengacu pada kondisi krisis ekonomi dimana perusahaan mengalami kerugian dalam beberapa tahun terakhir karena dinilai perusahaan tidak bisa membayar hutang ketika waktunya.

Menurut (Ni Luh Putu Happy Arini Ardiyanti, I Gede Cahyadi Putra, 2021) mengatakan bahwa :
“*Financial distress* memberikan gambaran mengenai kondisi yang dimana hasil dari operasional perusahaan tidak lagi mencukupi agar dapat melunasi hutang perusahaan”

Menurut (Listyaningsih & Cahyono, 2018) mengatakan bahwa :

“*financial distress* ialah situasi dimana perusahaan menghadapi kesusahan dana baik itu dana dalam pengertian kas maupun modal kerja.”

Financial distress ialah situasi penurunan keuangan suatu badan usaha, jika situasi tersebut tidak dihiraukan akan berdampak pada kebangkrutan perusahaan.

Audit Delay

Menurut (Sirait, 2021) mengatakan bahwa :

“*Audit delay* yakni waktu yang diperlukan auditor agar dapat menuntaskan tugasnya. *Audit delay* dihitung dari periode penutupan tahun buku sampai periode disajikannya laporan keuangan audit”

Menurut (Palulu et al., 2018) mengatakan bahwa :

“*Audit delay* ialah rentang waktu dalam menuntuskan pekerjaan audit yang dihitung berdasarkan tanggal penutupan tahun buku hingga tanggal disajikannya laporan keuangan audit. *Audit delay* inilah yang bisa memberikan pengaruh kesesuaian informasi yang diterbitkan kepada publik, oleh karena itu bisa mempengaruhi pada ketidakastian keputusan yang bersumber dari informasi yang diterbitkan kepada publik.

Dari beberapa pengertian *audit delay* diatas, maka bisa dikatakan bahwasanya *audit delay* ialah rentang waktu dari tanggal neraca perusahaan ke tanggal publikasi laporan keuangan audit dan didalamnya ada proses audit yang dibutuhkan waktu yang panjang dan proses audit ini terlihat pada prosedur audit yang diambil oleh auditor.

III. METODE

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dijalankan dengan memakai jenis data kuantitatif. Data kuantitatif pada penelitian ini yakni laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan dan kualitatif pada penelitian ini yakni laporan auditor independen.

Populasi penelitian ini memakai data yang telah dihimpun yaitu laporan keuangan perusahaan IDX 30 yang terdaftar dalam BEI periode 2016-2020. Data yang dipakai pada penelitian ini yaitu komite audit, *leverage* dan *financial distress*. Informasi ini tersedia dalam dalam laporan keuangan tahunan perusahaan (*annual report*). Sampel penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) :

“*Purposive sampling* ialah salah satu teknik pemungutan sampel yang dicocokkan dengan kriteria yang ditentukan”

Berikut ialah kriteria dalam pemungutan sampel sampel, yaitu :

1. Perusahaan IDX 30 yang terdaftar berturut-turut di BEI pada tahun 2016-2020.
2. Perusahaan yang menyajikan informasi lengkap dalam laporan keuangan terkait variabel yang diteliti di BEI tahun 2016-2020.
3. Perusahaan IDX 30 yang mengungkapkan laporan keuangan yang sudah diaudit Kantor Akuntan Publik berturut-turut pada periode 2016-2020.
4. Perusahaan IDX 30 yang memakai satuan dalam bentuk rupiah

Daftar Sampel

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	AKRA	PT AKR Corporindo Tbk
2	ASII	PT Astra International Tbk
3	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk
4	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
5	BMRI	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
6	CPIN	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk
7	INTP	PT Indocement Tunggul Perkasa Tbk
8	SMGR	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
9	SMRA	PT Summarecon Agung Tbk
10	UNTR	PT United Tractors Tbk
11	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
12	HMSP	PT H.M Sampoerna Tbk
13	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
14	INDF	PT Indofood Sukses Makmur Tbk
15	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dipakai supaya bisa melakukan penghimpunan data dipenelitian ini ialah observasi dokumen dengan cara meninjau laporan keuangan perusahaan sampel. Peneliti menggunakan data laporan keuangan perusahaan periode 2016-2020. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan teknik membaca, mengutip serta mengidentifikasi buku, jurnal-jurnal ilmiah, dan lainnya mengenai penelitian. Data diperoleh dari situs resmi BEI yakni www.idx.co.id serta situs lainnya yang terkait penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data di penelitian ini ialah analisis kuantitatif yakni pemakaian angka, perhitungan statistik guna menganalisa hipotesis, lewat berbagai alat analisis. Uji hipotesis diadakan memakai program SPSS versi 24, menghasilkan data berbentuk tabel serta deskriptif guna melakukan evaluasi keputusan di hasil analisis. Uji di penelitian ini yakni:

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik Deskriptif ialah statistik yang dipergunakan agar dapat menganalisa dan menjabarkan data yang sudah dihimpun yang berarti tidak untuk menciptakan kesimpulan yang umum diterapkan.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik ialah salah satu uji kualitas data yang dipakai sebelum dilanjutkannya pengujian pada model regresi. Pengetesan uji asumsi klasik ditujukan agar dapat mencari tahu serta mengidentifikasi kelayakan pada suatu model regresi yang dipakai dalam penelitian ini. Berikut ialah beberapa uji asumsi klasik antara lain :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai supaya bisa mencari tahu apakah model regresi variabel pengganggu (*residual*) terdistribusi dengan normal atau tidak.

Dalam penelitian ini peneliti memakai uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yakni apabila nilai signifikansi $> 5\%$ berarti data terdistribusi normal. Apabila nilai signifikan $< 5\%$ data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai agar dapat mencari tahu apakah model regresi terjadi keterkaitan atau tidak antar variabel bebas. Model regresi dikatakan layak, apabila tak terdapat hubungan sempurna ataupun mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.

Untuk menentukan apakah model regresi memiliki multikolinearitas, nilai *tolerance* serta VIF sering dipakai untuk memeriksanya. Jikalau nilai VIF berada dibawah angka 10 atau nilai *tolerance* berada diatas 0,01, sehingga bisa dibilang tak adanya multikolinearitas dan Jikalau nilai VIF berada diatas angka 10 atau nilai *tolerance* berada dibawah 0,01, sehingga bisa dibilang adanya multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilaksanakan guna mencari tahu apakah di sebuah periode tertentu diperoleh hubungan antar model variabel sebelumnya dengan variabel pengganggu. Model regresi akan baik jika regresi terbebas dari autokorelasi. Menentukan autokorelasi diputuskan lewat penerapan metode DW test memakai beragam ketentuan yaitu:

- 1) Bila DW terletak diantara nilai DU serta 4-DU maka bisa dibilang tak adanya autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW terletak dibawah nilai DL atau nilai DW diatas dibanding 4-DL sehingga dapat dikatakan terdapatnya autokorelasi.
- 3) Bila nilai DW terlerak diantara nilai DL serta DU atau 4-DU dan 4-DL, mengartikan bahwa tak adanya kepastian.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini ialah uji yang dilaksanakan dengan melihat apakah dalam model tersebut memiliki sama atau tidaknya sebuah varian yang ada dari residual dan observasi, bilamana residualnya memiliki sebuah varian yang sama maka dapat dikatakan terjadinya homoskedastisitas dan sebaliknya bilamana residualnya tidak memiliki sebuah varian yang sama maka dikatakan dapat terjadinya heteroskedastisitas. Model regresi baik ialah regresi yang tak terjadinya heteroskedastisitas.

IV. HASIL

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Komite_Audit	75	.67	2.33	1.4799	.45706
Leverage	75	.1331	.8456	.489392	.2217753
Financial_Distress	75	.1535	6.3946	1.683785	1.8524596
Audit_Delay	75	20	148	64.97	24.288
Valid N (listwise)	75				

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan deskriptif statistik variabel independen kepada variabel dependen. Diperoleh bahwa nilai kolom N merupakan jumlah data sampel ini sebanyak 75 data sampel yang sesuai dengan jumlah observasi yang terdapat di penelitian ini. Dari hasil penelitian ini maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Variabel *komite audit* mempunyai nilai paling kecil yakni 0,67 dan nilai paling besar yaitu 2,33. Nilai rerata yakni 1.4799 serta nilai deviasi sebesar 0.45706. nilai rerata yang diperoleh *komite audit* lebih tinggi dibanding nilai deviasi. Tentu ini meberikan gambaran bahwa sebaran data layak supaya dapat dilakukannya pengujian.

Variabel *leverage* mempunyai nilai paling kecil yakni 0,13 dan nilai paling besar 0,85. nilai rerata yakni 0,4894 serta nilai deviasi sebesar 0.22177. nilai rerata yang diperoleh *leverage* lebih tinggi dibanding nilai deviasi. Tentu ini meberikan gambaran bahwa sebaran data layak supaya dapat dilakukannya pengujian.

Variabel *financial distress* mempunyai nilai paling kecil yaitu 0,15 dan nilai paling besar yakni 6,39. nilai rerata yakni 1,6780 dan nilai deviasi sebesar 1,84720. Nilai rerata yang diperoleh *financial distress* lebih rendah dibanding deviasi. Tentu ini meberikan gambaran bahwa sebaran data layak supaya dapat dilakukannya pengujian.

Variabel *audit delay* mempunyai nilai paling kecil yakni 20 dan nilai paling besar yaitu 148. nilai rerata sebesar 64,97 dan nilai deviasi sebesar 24,288. Nilai rerata yang diperoleh *audit delay* lebih tinggi dibanding dengan deviasi. Tentu ini meberikan gambaran bahwa sebaran data layak supaya dapat dilakukannya pengujian.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	105.806	7.629		13.868	.000
Komite_Audit	-14.116	4.183	-.266	-3.375	.001
Leverage	-15.517	16.957	-.142	-.915	.363
Financial_Distress	-7.334	2.005	-.559	-3.658	.000

a. Dependent Variable: Audit Delay

$$\text{Audit Delay} = 105.806 - 14.116KA - 15.517Lev - 7.334FD + \square$$

- a. Nilai konstanta (α) sebesar 105.806 dan bisa dikatakan bahwa apabila nilai pada seluruh variabel dependen (*Komite Audit*, *Leverage*, *Financial Distress*) bernilai 0 (nol) maka besaran variabel dependen (*audit delay*) akan bernilai sebesar 105.806.
- b. Nilai koefisien *komite audit* (X_1) sebesar -14.116. Ini memberikan gambaran bahwa pada saat *audit delay* mengalami peningkatan 1 satuan, maka *komite audit* akan mengalami penurunan sebesar -14.116, sementara itu sisanya dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tak diteliti didalam penelitian ini.
- c. Nilai koefisien *leverage* (X_2) sebesar -15.517. Ini memberikan gambaran bahwa ketika *leverage* mengalami peningkatan 1 satuan, maka *audit delay* akan mengalami kenaikan sebesar -15.517, sementara itu sisanya dipengaruhi oleh faktor dan variabel lain yang tak diteliti didalam penelitian ini.
- d. Nilai koefisien *financial distress* (X_3) sebesar -7.334. Ini memberikan gambaran bahwa ketika *financial distress* mengalami peningkatan 1 satuan, maka *audit delay* akan mengalami penurunan sebesar -7.334, sementara itu sisanya dipengaruhi oleh faktor dan variabel yang lain yang tak diteliti didalam penelitian ini.

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.564	16.034

a. Predictors: (Constant), Financial_Distress, Komite_Audit, Leverage

b. Dependent Variable: Audit_Delay

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi bisa diperhatikan bahwa hasil *Adjusted R² Square* senilai 0,564 maka dari itu dapat dikatakan kemampuan *komite audit*, *leverage* berikut dengan *financial distress* dalam mendeskripsikan *audit delay* amat terbatas.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	105.806	7.629		13.868	.000
	Komite_Audit	-14.116	4.183	-.266	-3.375	.001
	Leverage	-15.517	16.957	-.142	-.915	.363
	Financial_Distress	-7.334	2.005	-.559	-3.658	.000

a. Dependent Variable: Audit_Delay

Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25397.825	3	8465.942	32.929	.000 ^b
	Residual	18254.122	71	257.100		
	Total	43651.947	74			

a. Dependent Variable: Audit_Delay

b. Predictors: (Constant), Financial_Distress, Komite_Audit, Leverage

Dihat dari tabel uji F diatas hasil nilai f_{hitung} 32,929 lebih besar dari f_{tabel} 2,732 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti berada dibawah nilai 0,05. Dari hasil uji F ini bisa disebutkan bahwa model penelitian yang dilakukan bisa diterima dikarenakan nilai signifikansi dibawah 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka hipotesis penelitian (H4) dapat diterima.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini dilaksanakan agar dapat mencari tahu pengaruh *komite audit*, *leverage*, dan *financial distress* pada *audit delay*. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilaksanakan oleh peneliti maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Komite audit mempunyai pengaruh signifikan pada *audit delay* perusahaan IDX 30 periode 2016-2020. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan uji t, mempunyai nilai t_{hitung} (-3,375) > t_{tabel} (1,29342) dengan nilai signifikan 0,001 yang berada dibawah dari nilai signifikan 0,05. Maka dari itu bisa dikatakan bahwa komite audit memberikan pengaruh signifikan pada audit delay.
2. *Leverage* dengan *debt to total assets ratio* (DAR) tak mempunyai pengaruh signifikan pada *audit delay* perusahaan IDX 30 periode 2016-2020. Hal ini bisa berdasarkan uji t, dimana nilai t_{hitung} (-0,915) > t_{tabel} (1,29342) dengan nilai signifikan 0,363 yang berada diatas dari nilai signifikan 0,05. Maka dari itu bisa dikatakan bahwa *leverage* tak meberikan pengaruh signifikan pada *audit delay*.
3. *Financial distress* dengan *debt to equity ratio* (DER) mempunyai pengaruh signifikan pada *audit delay* pada IDX 30 periode 2016-2020. Hal ini bisa dilihat berdasarkan nilai uji t, dimana hasil uji t_{hitung} (-3,658) > t_{tabel} (1,29342) dengan nilai signifikan 0,000 berada dibawah dari nilai signifikan 0,05. Maka dari itu bisa dikatakan bahwa *financial distress* memberikan pengaruh signifikan pada *audit delay*.
4. *Komite audit*, *leverage*, serta *financial distress* secara bersamaan berpengaruh pada *audit delay* perusahaan IDX 30 periode 2016-2020. Ini bisa ditinjau dengan hasil uji F dimana nilai (f_{hitung} 32,929) > (f_{tabel} 2,732) serta nilai signifikan sebesar 0,000 yang berada dibawah dari nilai signifikan 0,05. Maka dari itu bisa dikatakan bahwa *komite audit*, *leverage* serta *financial distress* secara silmutan memberikan pengaru signifikan pada *audit delay*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Faruqi, R. A. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, KOMITE AUDIT DAN KOMPLEKSITAS AUDIT TERHADAP AUDIT DELAY. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit*, 7(1). <https://doi.org/10.12928/j.reksa.v7i1.2264>
- Bapepam. (2012). *Keputusan Ketua Bapepam dan LK No. Kep-431/BL/2012*.
- Fatchan, F. H. (2018). No Title. *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, AUDITOR SWITCHING, SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL, AUDIT TENURE DAN KOMITE AUDIT TERHADAP AUDIT DELAY (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2016)*.
- Ginny, P. L., Hanapi, F., Silaswara, D., & Parameswari, R. (2018). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 – 2017. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 10(2), 1–10.
- Karina, & Sutandi. (2019). Pengaruh Return On Asset (Roa), Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth), Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar & Kimia yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2017). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.31253/aktek.v11i1.264>
- Listyaningsih, D. F., & Cahyono, Y. T. (2018). Pengaruh karakteristik perusahaan dan financial distress terhadap audit delay (studi empiris perusahaan manufaktur terdaftar di bej). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Mulatsih, S. N., & Dewi, I. D. P. (2021). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Debt To Asset Ratio, Return On Asset, Return On Equity, Earning Per Share, Price Book Value dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham pada perusahaan Jakarta Islamic Indeks yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018. *Duconomics Sci-Meet (Education & Economics Science Meet)*, 1. <https://doi.org/10.37010/duconomics.v1.5488>
- Ni Luh Putu Happy Arini Ardiyanti, I Gede Cahyadi Putra, M. E. S. S. (2021). Pengaruh kualitas audit, financial distress, rentang waktu penyelesaian audit dan good corporate governance terhadap penerimaan opini audit going concern. *PENGARUH KUALITAS AUDIT, FINANCIAL DISTRESS, RENTANG WAKTU PENYELESAIAN AUDIT DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PENERIMAAN OPINI AUDIT GOING CONCERN*, 3, 1–12. <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/1713/1375>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015*.
- Palulu, A. I. A. N., Mus, A. R., & Lannai, D. (2018). PENGARUH KUALITAS AUDITOR, SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL DAN KOMITE AUDIT TERHADAP AUDIT DELAY PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK SE KOTA MAKASSAR. *AJAR*, 1(01). <https://doi.org/10.35129/ajar.v1i01.51>
- Sirait, I. M. (2021). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, KOMITE AUDIT, DAN INCOME SMOOTHING TERHADAP AUDIT DELAY* (Vol. 19, Issue 2). <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/kompartemen/>
- Sugiyono, P. D. (2017). *METODE PENELITIAN ADMINISTRASI* (S. T. April Nuryanto, S.Pd. (ed.)). Alfabeta.

- Syofiana, E., Suwarno, S., & Haryono, A. (2018). Pengaruh Financial Distress, Auditor Switching dan Audit Fee terhadap Audit Delay pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia. *JIATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax)*, 1(1). <https://doi.org/10.30587/jiatax.v1i1.449>
- Utami, M. R., & Darmawan, A. (2018). PENGARUH DER, ROA, ROE, EPS DAN MVA TERHADAP HARGA SAHAM PADA INDEKS SAHAM SYARIAH INDONESIA. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 2(2). <https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.910>
- Yanthi, K. D. P., Merawati, L. K., & Munidewi, I. A. B. (2020). Pengaruh Audit Tenure, Ukuran KAP, Pergantian Auditor dan Opini Audit Terhadap Audit Delay. *Jurnal Kharisma*, 2(1), 148–158.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020)

Tini Kristina^{1)*}, Lia Dama Yanti²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾tini.kristina91@gmail.com

²⁾lia.d4may@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Pertumbuhan Penjualan
Perencanaan Pajak
Ukuran Perusahaan
Leverage
Manajemen Laba

ABSTRAK

Untuk membuat posisi keuangan mereka terlihat menarik, perusahaan sering melakukan manajemen laba. Istilah ini mengacu pada praktik-praktik yang dengan sengaja salah menggambarkan pendapatan perusahaan untuk memenuhi tujuan. Akibatnya, manajemen akan fokus pada pencapaian tujuan laba dengan mengorbankan segala sesuatu yang lain. Hal ini karena melayani kepentingan pribadi mereka sendiri serta kepentingan investor.

Penelitian ini menguji pengaruh ukuran bisnis, leverage, pertumbuhan penjualan dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba. Target penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di sektor makanan dan minuman; populasinya adalah 26 perusahaan. Untuk menguji pengaruh faktor-faktor ini pada perusahaan yang berbeda, 11 dipilih melalui pengambilan sampel. 11 perusahaan ini dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang diperoleh melalui SPSS Versi 24.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa Sales Growth berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi 0,010. Selain itu, Perencanaan Pajak, ukuran perusahaan dan leverage semuanya tidak berpengaruh dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,869, 0,519 dan 0,191. Selanjutnya ditunjukkan bahwa pengaruh tersebut bersifat simultan dengan nilai signifikansi 0,023.

Kata kunci : Pertumbuhan Penjualan, Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Leverage, Manajemen Laba.

I. PENDAHULUAN

Pasang surut penjualan di antara perusahaan-perusahaan di sektor industri barang konsumsi. Perusahaan akan mengalami penjualan yang sangat kuat sepanjang liburan, termasuk Natal dan Tahun Baru. Namun, perekonomian memiliki sedikit penjualan selain hari perayaan libur besar

Natal dan Tahun Baru. Fenomena ini dikenal sebagai siklus musiman karena akan meningkat disaat hari perayaan. Pendapatan dalam akun keuangan akan berfluktuasi jika perusahaan memiliki siklus musiman, yang akan mempengaruhi penjualan dalam periode tersebut dan akan mempengaruhi pilihan yang sudah dibuat oleh pihak berkepentingan. Dalam menangani keadaan ini, pihak berkepentingan membuat laporan keuangan atau prosedur manajemen laba yang mengarah pada stabilitas perusahaan yang berkelanjutan (Andini dan Amboningtyas, 2020).

Investor dan pihak berkepentingan lainnya mendapatkan keuntungan dari mengetahui keuntungan perusahaan. Inilah sebabnya mengapa perusahaan mengukur laba mereka—sehingga mereka dapat menyajikan akun keuangan mereka dengan cara yang menguntungkan. Pelaporan keuangan memungkinkan manajemen untuk mengungkapkan keterlibatan mereka dengan perusahaan kepada pihak ketiga. Hal ini memungkinkan investor dan pihak lain yang berkepentingan untuk menerima informasi mengenai laporan keuangan perusahaan. Informasi yang terkandung dalam laporan laba rugi menunjukkan apakah suatu perusahaan efektif. Ini ditunjukkan melalui metrik untung atau rugi. Manajemen bekerja untuk mencapai target laba untuk mendapatkan keuntungan dari upaya masa lalu. persyaratan akuntansi, tindakan manajemen laba diperbolehkan. Manajer menggunakan manajemen laba untuk memaksimalkan pendapatan bagi organisasi dan diri mereka sendiri. Hal ini mendorong keputusan mereka untuk mengejar peluang di berbagai bisnis. Misalnya, perusahaan besar seperti Google dan Facebook memanfaatkan kesempatan untuk mengumpulkan data dari publik, yang memungkinkan mereka untuk menjual iklan bertarget.

Baik pemegang saham maupun prinsipal perusahaan dapat menghadapi masalah dengan manajemen laba. Konflik keagenan atau konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham yang bertindak sebagai prinsipal dan manajer yang bertindak sebagai agen dapat terjadi. Dalam kedua kasus, ada keinginan untuk memaksimalkan pengembalian saham bagi pemilik dan kompensasi yang signifikan untuk agen. Hal ini dapat menyebabkan keuntungan yang berlebihan bagi kedua belah pihak. Perwakilan organisasi harus mengelola pendapatan mereka untuk memenuhi kepentingan kedua belah pihak. Motivasi ini membawa Andini dan Amboningtyas ke tahun 2020 untuk menyimpulkan bahwa manajemen pendapatan merupakan perhatian yang signifikan bagi organisasi.

Pertumbuhan penjualan dapat memberi manajer wawasan tentang peningkatan pendapatan. Ini dapat memberi mereka kerangka kerja untuk memikirkan metode untuk meningkatkan kinerja. Satu-satunya tujuan manajemen laba adalah membuat laba perusahaan tampak lebih rendah nilainya daripada yang sebenarnya. Hal ini dicapai dengan meningkatkan pendapatan pada tingkat yang lebih rendah dari pertumbuhan penjualan, atau bahkan tidak menunjukkan peningkatan sama sekali (Anindya et al. 2020; Zakia et al 2019). Hal ini dapat dipengaruhi oleh penelitian sebelumnya yang melibatkan pertumbuhan penjualan dan manajemen laba oleh Anindya et al. pada tahun 2020 dan Zakia et al. pada tahun 2019.

Menurut Lestari dkk. 2018, penelitian sebelumnya, perencanaan pajak dapat berpengaruh terhadap manajemen laba. Namun, tidak ada pengaruh perencanaan pajak perusahaan terhadap manajemen laba menurut Achyani dan Lestari 2019. Sebaliknya, tujuan perencanaan pajak perusahaan adalah menggunakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan untuk penghematan pajak. Berkenaan dengan perencanaan pajak individu, tujuannya adalah untuk menentukan berapa banyak pajak yang harus mereka bayar dan menguranginya.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba telah dipelajari secara ekstensif. Beberapa penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba; Namun, penelitian lain mengklaim bahwa ukuran memang mempengaruhi

kemungkinan praktik manajemen laba tertentu. Dalam satu studi, Purnama mengklaim bahwa perusahaan kecil lebih mungkin untuk mengelola pendapatan mereka—meskipun klaim ini dibantah dalam studi lain oleh Anindya et al.

Leverage perusahaan adalah perbandingan total aset dan total kewajiban mereka. Kepercayaan kreditur menurun ketika perusahaan memiliki rasio leverage yang tinggi; Hal ini karena mereka percaya perusahaan memiliki risiko tinggi untuk tidak membayar utangnya. Artinya perusahaan dengan utang luar negeri yang tinggi memiliki nilai leverage yang lebih tinggi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa leverage tidak mempengaruhi manajemen laba. Kebutuhan akan perataan laba karena laba yang bergejolak memotivasi manajemen organisasi untuk melakukan praktik tersebut. Hal itu tertuang dalam artikel Purnama 2017.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Kasmir, 2019, p. 107) :

“Kapasitas perusahaan untuk mempertahankan posisinya keuangannya dalam menghadapi ekspansi ekonomi dan industri yang signifikan diukur dengan rasio yang dikenal sebagai rasio pertumbuhan..“

Menurut (Zakia *et al.*, 2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan adalah pandangan tentang prospek komersial yang harus diraih perusahaan di pasar. Bisnis yang tumbuh cepat biasanya membutuhkan lebih banyak dana dari pihak luar yang signifikan. Penjualan yang tinggi pada suatu perusahaan akan mampu mendongkrak pendapatan yang akan mampu mendongkrak nilai perusahaan dan mendukung ekspansinya.

Tingkat pertumbuhan penjualan adalah ukuran seberapa besar *leverage* dapat digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan. Bila pemasaran serta laba bertambah tiap tahun, pembiayaan pinjaman ditambah dengan bobot senantiasa khusus hendak menaikkan pemasukan pemegang saham. Untuk mendesak eksekutif mengelola profitabilitas seiring dengan pertumbuhan penjualan perusahaan yang meningkat (Anindya *et al.*, 2020). Oleh karena itu, tujuan manajer dalam mengelola laba adalah menjaganya pada tingkat minimum atau membuatnya tampak lebih rendah dari yang sebenarnya..

Perencanaan Pajak

Menurut (Pohan, 2017, p. 8) menyatakan bahwa :

“Terdiri dari kumpulan tindakan yang dibutuhkan untuk menangani akuntansi dan keuangan bisnis dengan cara yang mengurangi kewajiban pajak dengan mematuhi undang-undang dan peraturan perpajakan (secara hukum). Ini mencakup topik luas tentang bagaimana perencanaan pajak dimasukkan dalam seluruh proses manajemen pajak.”

Menurut (Lestari *et al.*, 2018) melaporkan kalau perancangan pajak, yang menekankan pada pengaturan tiap bisnis yang mempunyai implikasi pajak, adalah tindakan penataan yang dicatat karena potensi efek pajaknya..

Menurut (Achyani dan Lestari, 2019) menyatakan bahwa perencanaan pajak merupakan tahap awal sebelum bisnis membayar pajak, yang dibebankan kepada bisnis. Untuk mencapai laba operasional yang tinggi, perusahaan terus berupaya untuk mengeluarkan sejumlah biaya minimum.

Definisi tersebut mengarah pada kesimpulan bahwa perencanaan pajak adalah tahap pertama dari pengelolaan pajak, dengan fokus pada pengelolaan setiap transaksi dengan dampak pajak. Untuk mengefisienkan jumlah pajak yang dibayarkan kepada pemerintah, pada tahap ini dilakukan

penghindaran pajak daripada penyelundupan pajak yang merupakan kejahatan fiskal yang tidak dapat ditolerir. Aturan pajak sedang dikumpulkan dan diteliti

Ukuran Perusahaan

Menurut (Hery, 2017, p. 93) menyatakan bahwa :

“Skala yang disebut ukuran perusahaan memungkinkan ukuran perusahaan dibagi menjadi beberapa area, termasuk total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain.”

Ukuran perusahaan adalah sistem yang membagi bisnis ke dalam kategori besar dan kecil berdasarkan berbagai faktor, termasuk ukuran aset, nilai pasar saham, total aset, dan banyak lagi. Kemampuan organisasi untuk mengelola risiko yang dapat timbul dari berbagai keadaan akan dipengaruhi oleh ukurannya. Dibandingkan dengan usaha kecil, perusahaan besar kurang berisiko. Bisnis besar dapat bersaing di pasar karena biasanya yang dapat bersaing itu adalah bisnis besar yang memiliki modal yang besar. Selain itu, bisnis yang lebih besar lebih mudah dalam mencari akses ke lapangan atau sumber data dibanding dengan usaha yang lebih kecil, memberi mereka lebih besar sumber daya untuk meningkatkan nilainya (Zakia *et al.*, 2019).

Ukuran Industri adalah membandingkan bisnis, sangat penting untuk memperhitungkan ukurannya dalam hal total aset, ukuran log, dan harga pasar saham mereka (Purnama, 2017). Ukuran perusahaan mengacu pada seberapa besar suatu perusahaan ketika dapat diukur dalam hal total penjualan bersih atau total aset. Ukuran perusahaan tumbuh seiring dengan total aset atau penjualannya. Ukuran aset meningkatkan jumlah modal yang diinvestasikan, sedangkan jumlah penjualan meningkatkan jumlah uang yang hilang dari perusahaan.

Perusahaan dengan peningkatan *sales* yang besar membutuhkan lebih besar juga sumber daya bisnis untuk membantu mereka. Di sisi lain, dalam bisnis dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang lambat, sumber daya yang lebih sedikit juga diperlukan. Jadi, ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai ukuran atau kuantitas asetnya.

Perusahaan yang besar memiliki motivasi yang cukup kuat untuk mengelola labanya karena antara lain harus mampu memenuhi harapan pemegang saham atau investor. Selain itu, bisnis yang lebih besar biasanya memainkan peran yang lebih kuat sebagai pemangku kepentingan. Ini menyiratkan bahwa kebijaksanaan industri besar hendak lebih pengaruhi kebutuhan publik dari industri kecil. Sebab bidang usaha yang lebih besar hendak lebih nampak oleh publik, mereka akan lebih memperhatikan saat menyelesaikan pelaporan keuangan, membutuhkan lebih banyak akurasi dalam keadaan laporan keuangan seperti yang disajikan.

Leverage

Menurut (Kasmir, 2019, p. 153) menyatakan bahwa :

“Perbandingan yang dipakai untuk membagi seberapa besar hutang yang dipakai untuk mendanai peninggalan industri diketahui dengan rasio solvabilitas atau rasio *leverage*.”

Menurut (Hery, 2017, p. 16) menyatakan bahwa:

“*Leverage* adalah rencana keuangan yang berkaitan dengan pilihan bisnis untuk membiayai investasinya. perusahaan yang menggunakan hutang harus menutupi biaya bunga dan pokok. Karena tingginya risiko gagal bayar yang terkait dengan penggunaan utang (*external financing*), perhatian harus diberikan untuk memastikan bahwa bisnis dapat membayar utang.”

Menurut (Fahmie, 2018) menyatakan bahwa *leverage* adalah pemanfaatan sumber daya oleh perusahaan dengan biaya tetap dalam upaya untuk meningkatkan kemungkinan keuntungan bagi pemegang saham.

Menurut (Purnama, 2017) menyatakan bahwa total kewajiban dan total aset perusahaan dibandingkan untuk menentukan leverage-nya. Kepercayaan kreditur akan dipengaruhi oleh

risiko perusahaan dalam kemampuan membayar utangnya, yang meningkat dengan rasio leverage yang lebih besar. Diperkirakan nilai rasio leverage yang tinggi menunjukkan utang eksternal yang cukup besar.

Menurut (Kodriyah dan Fitri, 2017) menyatakan bahwa rasio *leverage* adalah ukuran dari jumlah pembiayaan hutang yang dimiliki sebuah perusahaan. Bahwa perusahaan menggunakan hutang dalam batas jumlah yang berlebih, mengakibatkan menderita karena akan masuk dalam kategori leverage ekstrim, artinya akan terperangkap dengan banyak hutang dan sulit untuk keluar dari bawahnya. Karena ketidakmampuan perusahaan untuk melakukan pembayaran utang tepat waktu, yang telah menempatkannya pada risiko gagal bayar, dapat diharapkan untuk melakukan manajemen laba.

Manajemen Laba

Menurut (Sulistyanto, 2014, p. 6) menyatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan untuk manajemen bisnis strategi mengubah atau mempengaruhi data laporan keuangan upaya untuk mengelabui pihak yang berkepentingan untuk mempelajari lebih lanjut tentang kinerja dan kondisi perusahaan merupakan manajemen laba.”

Menurut (Hery, 2017, p. 85) menyatakan bahwa:

“Laba merupakan hasil dari pencocokan pendapatan dengan biaya. Untuk menghindari kerugian bagi perusahaan, manajemen harus dapat memperkirakan jumlah pemasukan yang wajib didapat serta bayaran yang hendak dikeluarkan industri di era yang hendak tiba. Industri membutuhkan keuntungan untuk bertahan hidup dan menentukan tingkat keberhasilannya. Keputusan investasi masa depan dapat didasarkan pada keuntungan tahun berjalan.”

Menurut (Zakia *et al.*, 2019) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan aturan akuntansi memang menawarkan sejumlah metode dan prosedur tambahan yang dapat digunakan, tindakan manajer untuk memanipulasi komponen akrual diskresioner untuk memperkirakan tingkat keuntungan perusahaan.

Menurut (Andini dan Amboningtyas, 2020) Pengelolaan laba merupakan tantangan yang sering muncul di tempat kerja. Konflik keagenan, atau konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham yang berperan selaku prinsipal serta eksekutif yang berperan selaku agen, merupakan tahap awal dalam tata cara manajemen untuk mengatur laba. Owner yang terpicat untuk mendanakan mendapatkan kenaikan profit untuk meningkatkan pengembalian saham mereka. Agen yang berhasil diberikan remunerasi kontrak yang signifikan

III. METODE

Teknik Pengumpulan Data

Industri manufaktur pada sub zona santapan serta minuman yang tertera di www.sahamu.com dan BEI dipilih sebagai populasi riset.

Perusahaan di bidang makanan dan minuman dipilih oleh peneliti karena memegang peranan penting dalam mengarahkan peneliti untuk mempelajari perusahaan tersebut.

Sampel adalah bagian dari populasi, namun tetap mengandung fitur atau data yang relevan. *Purposive sampling* adalah pendekatan pengambilan sampel yang digunakan, dan melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang dicocokkan dengan tujuan riset serta permasalahan riset yang diperoleh. Dalam riset ini, patokan ilustrasi merupakan selaku selanjutnya:

1. Industri manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020
2. Industri yang mengalami kerugian selama periode 2017-2020

3. Industri yang tidak menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah.
4. Industri yang memiliki informasi dan lengkap untuk kebutuhan analisis

Teknik Analisis Data

Analisis ini menggunakan sejumlah teknik analisis, termasuk perhitungan statistik untuk mencoba anggapan analisa kuantitatif data dipakai dalam riset ini. Untuk membuat tabel dan penjelasan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan tentang temuan analisis, Langkah pertama dalam analisis data kuantitatif adalah mengumpulkan informasi yang secara tepat mencerminkan sampel peneliti. Data ini kemudian diolah kembali menggunakan SPSS ver. 24 (*statistical Package for the Social Sciences*). Menurut (Ghozali, 2018, p. 15) SPSS adalah perangkat lunak yang menggunakan statistik parametrik dan non-parametrik untuk memeriksa data dan melakukan perhitungan statistik. Metode analisa data yang dipakai dalam riset ini merupakan selaku selanjutnya:

1. Analisa Statistik Deskriptif

Analisa statistik deskriptif dicoba untuk mengenali cerminan biasa dari data yang dipakai dalam riset ini, Mean, nilai terendah, nilai maksimum, dan standar deviasi dari variabel yang diteliti akan diperiksa dan dibahas dalam kaitannya dengan analisis deskriptif Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Percobaan normalitas bermaksud untuk mengecek apakah elastis bebas ataupun terikat dalam model regresi terdistribusi dengan cara wajar. Semacam dikenal, percobaan t serta F membayangkan kalau terdistribusi dengan cara wajar.

- b. Uji Multikolonieritas

Percobaan multikolonieritas bermaksud untuk membenarkan apakah model regresi menciptakan ikatan antara elastis bebas. Variabel independen dalam model regresi yang tepat tidak boleh berhubungan satu sama lain. (Ghozali, 2018, p. 107).

- c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah residual dari satu observasi dalam model regresi mempunyai varians yang berlainan dari residual dari observasi yang lain. Model regresi yang terbaik merupakan yang tercantum homoskedastisitas ataupun tidak tercantum heteroskedastisitas. Diucap homoskedastisitas bila residual dari satu observasi ke observasi selanjutnya senantiasa, serta diucap heteroskedastisitas bila berganti. (Ghozali, 2018, p. 137).

- d. Uji Autokorelasi

Percobaan autokorelasi bermaksud mencoba apakah untuk memandang apakah kekeliruan pengacau pada rentang waktu t serta kekeliruan pengacau pada rentang waktu t- 1 berkorelasi memakai model regresi linier (Ghozali, 2018, p. 111).

2. Analisis Regresi

Analisa regresi berarti mendeskripsikan ikatan antara elastis terbatas serta bebas untuk mengukur ikatan antara 2 elastis ataupun lebih. Pada intinya, analisa ini membuktikan pembelajaran mengenai ikatan antara elastis serta satu ataupun lebih

elastis dengan tujuan untuk berspekulasi nilai pada umumnya elastis terikat bersumber pada nilai elastis leluasa yang dikenal.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien pemastian (R^2) dipakai untuk menerangkan instabilitas elastis terbatas ditunjukkan oleh koefisien pemastian (R^2). Koefisien pemastian mempunyai nilai antara 0 dan 1. Kemampuan variabel dependen sangat dibatasi oleh nilai R^2 yang rendah.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Percobaan statistik F dipakai untuk mengenali apakah akibat elastis bebas serta terbatas mempengaruhi beriringan (Ghozali, 2018, p. 98) batas signifikansi untuk pengujian ini adalah 0,05 (5%),

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Tujuan dari percobaan t statistik merupakan untuk membuktikan sepanjang mana tiap-tiap elastis bebas atau penjelas memberikan kontribusi untuk penjelasan varians dependen. (Ghozali, 2018, p. 98). Variabel dianggap memiliki dampak yang cukup besar jika t-hitung melebihi t-tabel pada tingkat signifikansi 5%. Variabel berpengaruh besar jika t-hitung lebih kecil dari data pada t-tabel pada tingkat 5%, dan sebaliknya jika selisihnya lebih kecil.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien pemastian membuktikan seberapa baik model bisa menerangkan alterasi elastis terbatas (R^2). Koefisien pemastian mempunyai bentang antara 0 serta 1. Nilai R^2 yang kecil amat menghalangi nilai elastis dependen. Variabel bebas nyaris seluruhnya sesuai untuk alterasi elastis terbatas bila nilainya mendekati 1.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.665 ^a	.443	.366	.00342	2.114

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Bersumber pada bagan di atas model summary, akibat sebesar 37% dari perkembangan pemasaran, pemograman pajak, dimensi industri, serta leverage terhadap manajemen laba ditunjukkan oleh Adjusted R-Square nilai sebesar 0,366. Sedangkan faktor lain dipengaruhi variable yang lain.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistic F dipakai untuk memastikan apakah elastis bebas serta terbatas mempengaruhi berbarengan (Ghozali, 2018, p. 98).

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.000	4	.000	3.206	.023 ^b
	Residual	.002	39	.000		
	Total	.002	43			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan kalau nilai sig merupakan 0,023, lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Perkembangan pemasaran, pemograman pajak, dimensi industri, serta leverage seluruhnya mempengaruhi pada manajemen laba secara simultan, dengan $\text{sig} < 0,05$ ($0,023 < 0,05$).

- Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Tujuan dari uji t statistik adalah Untuk memperjelas bagaimana masing-masing variabel independen bekerja atau untuk memberikan masukan untuk penjelasan variabel dependen. (Ghozali, 2018, p. 98).

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.005	.008		-.678	.502
	X1	.022	.008	.401	2.719	.010
	X2	.001	.008	.024	.166	.869
	X3	.000	.000	.092	.651	.519
	X4	.004	.003	.192	1.330	.191

a. Dependent Variable: Y

a. Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1)

Hipotesis dalam penelitian H_1 dapat diterima berdasarkan hasil pengujian variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai signifikansi 0,010, nilai 0,05 ($0,010 < 0,05$),

- dan kesimpulan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba.
- b. Hasil pengujian hipotesis pertama (H_2)
Hipotesis dalam penelitian H_2 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian, variabel perencanaan pajak memiliki nilai signifikansi sebesar 0,869. Berdasarkan nilai 0,05 ($0,869 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba .
 - c. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3)
Hipotesis dalam penelitian H_3 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar 0,519. Berdasarkan hasil nilai 0,05 ($0,519 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
 - d. Hasil pengujian hipotesis keempat (H_4)
Hipotesis dalam penelitian H_4 ditolak. Berdasarkan hasil pengujian variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,19. Berdasarkan nilai 0,05 ($0,191 > 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017–2020 pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap manajemen laba. Dengan nilai signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05.
2. Hasil pengujian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar 0.869 lebih besar dari 0.05.
3. Hasil pengujian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar 0.519 lebih besar dari 0.05.
4. Hasil pengujian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 *Leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dengan nilai signifikansi sebesar 0.191 lebih besar dari 0.05.
5. Pertumbuhan penjualan, perencanaan pajak, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh simultan terhadap manajemen laba, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai α 0.05 ($0.023 < 0.05$).

DAFTAR PUSTAKA

- Achyani, F., & Lestari, S. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 77–88. <https://doi.org/10.23917/REAKSI.V4I1.8063>
- Andini, R., & Amboningtyas, D. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 557. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.300>
- Anindya, W., Nur, E., & Yuyetta, A. (2020). Pengaruh *Leverage*, *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(3), 1–13. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/29136/24632>
- Fahmie, A. (2018). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Struktur Kepemilikan, Pertumbuhan Penjualan dan Komisaris Independen terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014). *Jurnal Ilmiah. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 6(2), 119–131.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS. Badan Universitas Diponegoro.
- Hery. (2017). Kajian Riset Akuntansi. PT Grasindo.
- Kasmir. (2019). Analisa Laporan Keuangan. PT RajaGrafindo Persada.
- Kodriyah, & Fitri, A. (2017). Pengaruh *Free Cash Flow* dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 4(1). <https://doi.org/10.30656/JAK.V4I1.218>
- Lestari, D. S. A., Kurnia, I., & Yuniati, Y. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 129–150. <https://doi.org/10.31955/MEA.VOL2.ISS3.PP84-108>
- Pohan, C. A. (2017). Manajemen Perpajakan strategi Perencanaan Pajak dan Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Purnama, D. (2017). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.25134/jrka.v3i1.676>
- Sulistyanto, S. (2014). Manajemen Laba : Teori dan Model Empiris. PT Grasindo.
- Zakia, V., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel *Moderating*. *E-Journal Riset Akuntansi*, 08(04), 26–39. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Akuntansi/issue/view/285>

Pengaruh Kompetensi, Stres Kerja, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT. PKP)

Vrido Heriyanto^{1)*}, Fidellis Wato Tholok²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾vridolouw@gmail.com

²⁾fidelljst@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Kompetensi
Stres Kerja
Kompensasi
Kinerja

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui apakah kompetensi, stres kerja serta kompensasi memiliki dampak, juga signifikan atau tidaknya terhadap kinerja pada karyawan PT. PKP. Pada penelitian ini, populasi PT.PKP terdapat 130 orang karyawan dengan 100 orang menjadi responden terhadap penelitian ini. Dalam penelitian ini diterapkan metode deskriptif kuantitatif dengan didukung penyebaran kuesioner sebagai media pengumpulan data terhadap karyawan PT. PKP secara acak atau bisa disebut dengan *nonprobability sampling*. Data yang telah didapat dari kuesioner lalu diolah dengan mengandalkan *software* SPSS versi 25. Ditunjukkan pada hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa ketiga variabel independen memiliki hubungan positif terhadap variabel dependen, namun hanya 2 variabel dari 3 yang signifikan, yaitu kompensasi dengan nilai $0,00 < 0,05$, dan stres kerja dengan nilai $0,01 < 0,05$ terhadap variabel terkait, yaitu kinerja. Kesimpulan dari yang peneliti dapat dalam penelitian ini adalah kompetensi, stres kerja dan kompensasi memiliki pengaruh terhadap kinerja, namun kompetensi tidak memiliki pengaruh signifikan seperti stres kerja dan kompensasi terhadap kinerja.

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia dalam sebuah organisasi adalah orang-orang yang bekerja di dalam sebuah perusahaan dengan menggunakan kemampuan, talenta dan pengetahuan mereka, agar perusahaan di tempat mereka bekerja dapat mencapai tujuannya. Setiap bagian perusahaan memiliki peran sumber daya manusia masing-masing yang disetiap bidangnya memiliki aspek penting dalam keberhasilan perusahaan mencapai visinya, tidak hanya terpaku pada bagian tingkat menengah hingga atas perusahaan saja. Untuk perusahaan agar terus dapat berkompetitif dengan kompetitornya, selain perusahaan harus bisa mendapat sumber daya manusia yang kompeten, mereka juga harus dapat bisa untuk mengembangkan dan melatih sumber daya manusia tersebut agar kemampuan mereka tidak berhenti dititik itu saja.

Kinerja merupakan hasil daripada tugas ataupun tanggung jawab yang diterima setiap individu atau kelompok di dalam perusahaan. Banyak aspek yang dapat mempengaruhi kinerja tersebut, sehingga tercapai atau tidaknya hasil yang diharapkan oleh perusahaan bervariasi. Mengenai beberapa aspek yang mempengaruhi kinerja yang akan dibahas oleh peneliti antara lain ialah kompetensi, stres kerja dan kompensasi.

Adapun hal yang ingin diperoleh dalam diberlakukannya penelitian ini yaitu: 1. Mengetahui pengaruh kompetensi terhadap kinerja karyawan pada PT. PKP; 2. Mengetahui pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan di PT. PKP; 3. Mengetahui pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan di PT. PKP; 4. Mengetahui pengaruh kompetensi, stres kerja, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan di PT. PKP.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Seperti yang dikatakan (Parameswari et al., 2020) bahwa sumber daya manusia merupakan satu-satunya sumber yang mempunyai akal, keinginan, kemampuan, keterampilan, perasaan, pengetahuan, dorongan, tenaga serta karya. Sumber daya yang memiliki potensial akan sangat berpengaruh terhadap usaha organisasi dalam mencapai tujuannya. Secanggih apapun teknologi, berkembangnya informasi, modal yang tersedia dan mencukupi, namun tanpa sumber daya manusia akan tetap sukar bagi organisasi untuk dapat mencapai tujuannya.

Lalu diutarakan juga oleh (I. Gunawan et al., 2021) sumber daya manusia dituntut untuk mampu bekerja dengan seefisien mungkin, dengan kata lain, apa yang dikorbankan harus minimal dengan memiliki dampak luar biasa bagi perusahaan.

Menurut Wibowo dalam (Sudaryo et al., 2018) kompetensi dikatakan sebagai kemampuan untuk dapat mengerjakan atau melakukan sebuah pekerjaan atau tanggung jawab yang didasari oleh keterampilan serta pengetahuan, juga didukung dengan sikap kerja yang dituntut oleh bercirikan profesionalisme pada suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang penting atau sebagai sebuah unggulan.

Berdasarkan (Ganyang, 2018) stres merupakan sebagai suatu kondisi pada seorang karyawan jika mereka merasa adanya tekanan secara psikologis dalam menghadapi tanggung jawab pekerjaan dan lingkungan tempat kerjanya

Berdasarkan Malayu S.P. Hasibuan dalam (Ganyang, 2018) bahwa kompensasi ialah semua penghasilan yang dapat dalam berbentuk uang, barang langsung maupun tidak langsung yang diterima oleh pekerja sebagai bentuk timbal balik dari jasa yang telah diberikannya terhadap perusahaan.

Menurut (A. Gunawan & Sutrisna, 2022) kinerja karyawan dapat dikatakan sebagai hasil kerja yang dapat diraih oleh individu atau sekelompok orang dalam sebuah organisasi pada suatu perusahaan sesuai dengan tuntutan tanggung jawab masing-masing.

Sedangkan menurut (Kusnawan et al., 2021) kinerja merupakan hasil atas pekerjaan yang bisa dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam sebuah organisasi sebagaimana dengan hak serta tanggung jawabnya untuk dapat mencapai tujuan mereka dalam suatu metode yang berkorelasi dengan organisasi.

III. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode deskriptif kuantitatif yang dimana berfungsi untuk menganalisis variabel-variabel yang menjadi topik bahasan penelitian. Secara umum, penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dapat menguraikan atau menjelaskan suatu populasi, situasi dan kondisi, atau fenomena yang sedang diteliti. Dengan menggunakan metode tersebut maka peneliti akan dapat menyimpulkan mengenai fenomena yang sedang diteliti dimana terdapat suatu pembuktian dan pengujian mengenai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan survei kuesioner sebagai media untuk memperoleh data dari objek penelitian.

Metode kuantitatif sendiri adalah metode yang dipakai untuk meneliti suatu populasi ataupun sampel dengan instrumen penelitian untuk mendapatkan data serta analisis data. Kuantitatif disini sendiri bermaksud adalah karena diperlukannya juga melakukan perhitungan terhadap pengolahan data. Objek dalam penelitian ini adalah karyawan dari perusahaan PT. PKP yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kertas dan beroperasi di daerah Kota Tangerang.

Jenis Data

1. Data Primer
Merupakan data mentah untuk penelitian yang langsung berasal dari narasumber tanpa perantara. Data tersebut bisa didapatkan dengan berbagai cara seperti wawancara, kuesioner dan lainnya.
(Dalam penerapannya, metode memperoleh data primer yang dipakai oleh peneliti untuk mendapatkan data responden adalah dengan menggunakan kuesioner terhadap karyawan PT.PKP.)
2. Data Sekunder
Ialah data untuk penelitian yang didapatkan dari tangan ke dua atau sumber tidak langsung sebagai objek penelitian yang masih tergolong relevan.

(Peneliti menggunakan data sekunder guna mendukung atau melengkapi data primer terhadap objek atau variabel penelitian dengan berupa buku, artikel atau dengan media lainnya yang relevan dengan objek atau variabel dalam penelitian.)

Sumber Data

1. Sumber Data Primer
Merupakan data yang bersumber pada objek atau narasumber secara langsung yang terlibat dalam kebutuhan pengumpulan data untuk penelitian.
(Kumpulan data yang didapatkan merupakan hasil daripada observasi dan wawancara terhadap petinggi PT.PKP, serta jawaban dari kuesioner oleh 100 karyawan pada PT.PKP)
2. Sumber Data Sekunder
Sumber data sekunder adalah sumber tidak langsung yang digunakan untuk peneliti memperoleh data penelitian. Sumber tersebut dapat berupa buku, jurnal, dan lainnya yang masih relevan terhadap isi penelitian.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi merupakan sebuah area generalisasi yang terdapat objek maupun subjek penelitian yang memiliki karakteristik dan kuantitas sesuai yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk diriset dan diambil kesimpulannya.

(Penelitian ini menggunakan populasi karyawan dari PT.PKP yang berjumlah 130 orang dalam berbagai bidang pekerjaan)

Menurut (Sugiyono, 2017) sampel ialah sebagian jumlah dari keseluruhan populasi dan memiliki karakteristik populasi. Keterbatasan seperti tenaga, dana, serta waktu membuat peneliti tidak dapat mempelajari populasi yang besar sehingga sampel dari populasi dapat digunakan dalam penelitian tersebut.

Responden dalam penelitian ini merupakan karyawan dari PT. PKP yang berjumlah 130 karyawan dalam berbagai bidang, lalu dicari sampelnya dengan menerapkan rumus Slovin sehingga didapat sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{130}{1 + 130(0,05)^2} = 98,11$$

Kemudian angka yang didapat dari rumus Slovin dibulatkan oleh penulis menjadi 100 responden untuk dijadikan sampel penelitian.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas
Merupakan serangkaian proses uji dimana dapat menentukan kevalidan atau kesahihan sebuah instrumen penelitian.
2. Uji Realibilitas
Merupakan sebuah perangkat uji ukur untuk kuesioner yang merupakan indikator pada variabel atau konstruk. Sebuah instrumen yang *reliable* adalah instrumen yang jika dilakukan berkali-kali terhadap kelompok yang sama, maka dapat menghasilkan data yang tidak berubah dengan catatan tidak ditemukan perubahan psikologis terhadap narasumber.

Analisis Statistik Deskripsi

Tabel III.1
Data Responden

Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Pria	89	89%
Wanita	11	11%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Kuesioner

Tertera pada tabel diatas, bahwa 89 terdapat responden pria (89%) dan 11 responden wanita (11%).

Tabel III.2
Usia Responden

Usia	Responden	Persentase (%)
≤ 30 Tahun	32	32%
31 – 35 Tahun	36	36%
36 – 40 Tahun	26	26%
≥ 40 Tahun	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Kuesioner

Tertera pada tabel diatas, bahwa usia ≤ 30 tahun terdapat 32 responden (32%), usia 31-35 tahun terdapat 36 responden (36%), usia 36-40 tahun terdapat 26 responden (26%), dan usia ≥ 40 tahun terdapat 6 responden (6%).

Tabel III.3
Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Responden	Persentase (%)
SD – SMA	47	47 %
D1 – D3	28	28 %
S1	25	25 %
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Kuesioner

Tertera pada tabel diatas, pendidikan SD-SMA sebanyak 47 responden (47%), pendidikan D1-D3 sebanyak 28 responden (28%), pendidikan S1 sebanyak 25 responden (25%).

Skala Pengukuran

Menurut (Sugiyono, 2017) Skala Likert dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial.

Adapun setiap item dalam skala tersebut berkisar dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju yang tiap skala tersebut memiliki nilai berbeda-beda. Berikut merupakan tabel penjelasan skala likert.

Tabel III.4
Skala Likert

Skala	Jawaban	Simbol
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Kurang Setuju	KS
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

IV. HASIL

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kinerja	42.8500	5.54754	100
Kompetensi	41.5800	5.35824	100
Stres_Kerja	41.6200	4.74135	100
Kompensasi	43.2400	5.19347	100

Correlations

		Kinerja	Kompetensi	Stres_Kerja	Kompensasi
Pearson Correlation	Kinerja	1.000	.521	.671	.782
	Kompetensi	.521	1.000	.788	.581
	Stres_Kerja	.671	.788	1.000	.670
	Kompensasi	.782	.581	.670	1.000
Sig. (1-tailed)	Kinerja	.	.000	.000	.000
	Kompetensi	.000	.	.000	.000
	Stres_Kerja	.000	.000	.	.000
	Kompensasi	.000	.000	.000	.
N	Kinerja	100	100	100	100
	Kompetensi	100	100	100	100
	Stres_Kerja	100	100	100	100
	Kompensasi	100	100	100	100

Pada tabel diatas dapat terlihat bahwa:

1. Pada tabel correlations terlihat bahwa kompetensi memiliki nilai 0,521 dimana mendekati angka 1 yang dapat ditarik kesimpulan yaitu kompetensi terhadap kinerja terdapat hubungan yang positif. Apabila semakin tinggi nilai korelasi tersebut maka akan berpengaruh terhadap kinerja.
2. Pada tabel correlations terlihat bahwa stres kerja memiliki nilai 0,671 dimana mendekati angka 1 yang dapat ditarik kesimpulan yaitu stres kerja terhadap kinerja terdapat hubungan yang positif. Apabila semakin tinggi nilai korelasi tersebut maka akan berpengaruh terhadap kinerja.
3. Pada tabel correlations terlihat bahwa kompensasi memiliki nilai 0,782 dimana mendekati angka 1 yang dapat ditarik kesimpulan yaitu kompensasi terhadap kinerja terdapat hubungan yang positif. Apabila semakin tinggi nilai korelasi tersebut maka akan berpengaruh terhadap kinerja.
4. Pada variabel independen yaitu Kompetensi (X1), Stres Kerja (X2), dan Kompensasi (X3) memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti menerima H_a .

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kompensasi	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).
2	Stres_Kerja	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= .050, Probability-of-F- to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Kinerja

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.782 ^a	.612	.608	3.47254	.612	154.664	1	98	.000
2	.807 ^b	.651	.644	3.30865	.039	10.949	1	97	.001

a. Predictors: (Constant), Kompensasi

b. Predictors: (Constant), Kompensasi, Stres_Kerja

Pada tabel diatas dapat terlihat:

1. Variabel independen Kompetensi (X1) tidak termasuk dalam variabel yang dimasukkan karena memiliki probabilitas yang tidak sesuai dengan syarat analisis regresi linear berganda metode *stepwise*.
2. Variabel independen Stres Kerja (X2) dan Kompensasi (X3) termasuk dalam variabel yang dimasukkan karena memiliki probabilitas yang sesuai dengan syarat analisis regresi linear berganda metode *stepwise*.
3. Model 2 pada kolom R terdapat nilai 0,807 dengan tanda positif yang berarti dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa hubungan variabel independen dari Stres Kerja serta Kompensasi terhadap Kinerja adalah kuat dengan nilai yang berada diatas 0,5.
4. Pada model 2 kolom R Square terdapat nilai 0,651 yang didapatkan dari pengkuadratan atau pengalihan dari kolom R dimana $0,807 \times 0,807 = 0,651$. Pada kolom tersebut juga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen Kompensasi dan Stres Kerja memiliki pengaruh sebesar 65,1% terhadap variabel dependen Kinerja, sedangkan 34,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Apabila nilai pada R Square berada pada angka 0 hingga

1, dapat diartikan semakin tinggi nilai pada R Square maka akan memperlihatkan semakin kuat dan erat setiap variabel.

5. Pada model 2 kolom Adjusted R Square terdapat nilai 0,644
6. Pada model 2 kolom Standart Error of the Estimate terdapat nilai 3,30865

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Partial	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.713	2.926		2.294	.024					
	Kompensasi	.836	.067	.782	12.436	.000	.782	.782	.782	1.000	1.000
2	(Constant)	1.970	3.135		.628	.531					
	Kompensasi	.645	.086	.603	7.474	.000	.782	.603	.448	.551	1.814
	Stres_Kerja	.313	.094	.267	3.309	.001	.671	.313	.198	.551	1.814

a. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan tabel diatas bisa terlihat:

1. Pada model 2 kolom t pada Kompensasi (X3) terdapat nilai 7,474 > daripada nilai t tabel yaitu 1,984 dengan nilai pada kolom sig. yaitu 0,000 < daripada 0,05 yang berarti bisa diartikan bahwa Kompensasi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan dan diterima terhadap Kinerja (Y)
2. Pada model 2 kolom t pada Stres Kerja (X2) terdapat nilai 3,309 > daripada nilai t tabel yaitu 1,984 dengan nilai pada kolom signifikansi yaitu 0,001 < daripada 0,05 yang berarti bisa diartikan bahwa Stres Kerja (X2) memiliki pengaruh yang signifikan dan diterima terhadap Kinerja (Y)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1865.015	1	1865.015	154.664	.000 ^b
	Residual	1181.735	98	12.059		
	Total	3046.750	99			
2	Regression	1984.874	2	992.437	90.657	.000 ^c
	Residual	1061.876	97	10.947		
	Total	3046.750	99			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Kompensasi

c. Predictors: (Constant), Kompensasi, Stres_Kerja

Pada tabel diatas dapat terlihat:

1. Variabel independen pada model 2 yaitu Kompensasi (X3) dan Stres Kerja (X2) memiliki pengaruh simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen yaitu Kinerja (Y) karena didapatkan nilai pada F tabel $2,70 <$ daripada F hitung $90,657$.
2. Variabel independen pada model 2 yaitu Kompensasi (X3) dan Stres Kerja (X2) memiliki signifikansi terhadap variabel dependen yaitu Kinerja (Y) karena didapatkan pada kolom signifikansi $0,000 <$ $0,05$ yang berarti Ha diterima.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan Umum

Menurut hasil penelitian ini, variabel bebas Kompetensi (X1) menurut analisis korelasi linear memiliki hubungan positif serta signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kinerja (Y), namun pada analisis regresi linear berganda berdasarkan metode *stepwise* variabel tersebut tidak memenuhi syarat probabilitas seperti kedua variabel bebas lainnya, yaitu Stres Kerja (X2) dan Kompensasi (X3).

Kesimpulan Khusus

Berdasarkan data diatas, penulis dapat simpulkan bahwa:

1. Pada analisis regresi linear berganda dengan metode *stepwise*, menghilangkan variabel Kompetensi (X1) dikarenakan tidak memenuhi syarat probabilitas namun tetap memiliki pengaruh atas variabel kinerja (Y).
2. Variabel independen Stres Kerja (X2) berdampak positif serta signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kinerja (Y). Pernyataan tersebut dapat dijelaskan berdasarkan nilai t hitung $3,309 >$ t tabel $1,984$ serta memiliki angka sig. $0,001 <$ $0,05$.
3. Variabel independen Kompensasi (X3) berdampak positif serta signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kinerja (Y). Pernyataan tersebut dapat dijelaskan berdasarkan nilai t hitung $7,474 >$ t tabel $1,984$ serta memiliki angka sig. $0,000 <$ $0,05$.
4. Variabel independen Stres Kerja (X2) serta Kompensasi (X3) memiliki pengaruh secara simultan pada Kinerja (Y). Pernyataan tersebut dapat dijelaskan berdasarkan nilai f hitung $90,657 >$ daripada f tabel $2,70$, serta memiliki angka sig. $0,000 <$ $0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- Ganyang, M. T. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Realita*. Bogor: *In Media*.
- Gunawan, A., & Sutrisna. (2022). *Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan*. 1.
- Gunawan, I., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2021). Impact of Work from Home Policy Implementation on Work Effectiveness and Productivity in Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 99. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.508>
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Rinintha, P., Hernawan, E., & Andy. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Kreasi Mandiri.
- Parameswari, R., Tholok, F. W., & Pujiarti, P. (2020). the Effect of Professionalism on Employee Work Productivity At Sakura Jaya Company. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 56. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i2.352>
- Sudaryo, Y., Aribowo, A., & Sofiati, N. A. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kompensasi Tidak Langsung dan Lingkungan Kerja Fisik*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian & Pengembangan : Research and Development*. Alfabeta.

Pengaruh *Transfer Pricing*, *Return On Assets (Roa)*, Ukuran Perusahaan Dan *Debt To Equity Ratio (Der)* Terhadap *Tax Avoidance* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)

Yakub Kurniawan^{1)*}, Ety Herijawati²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol Nomor. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾yakubkurniawan97@gmail.com

²⁾etty.herijawati@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Transfer Pricing
Return On Assets
Ukuran Perusahaan
Debt To Equity Ratio
Tax Avoidance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Transfer Pricing*, *Return On Assets (ROA)*, Ukuran Perusahaan dan *Debt To Equity Ratio (DER)* Terhadap *Tax Avoidance*. Perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverages* terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 dijadikan sampel penelitian ini.

Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel penelitian ini yaitu 11 perusahaan dengan periode pengamatan tiga tahun berturut-turut, dengan demikian diperoleh 33 sampel. Penelitian ini memakai Microsoft Excel dan *Software SPSS* versi 26 melalui uji statistik deskriptif, uji T dan uji F. Data sekunder merupakan sumber data penelitian ini.

Sesuai dengan hasil penelitian ini, diketahui *Transfer Pricing* tidak mempengaruhi *Tax Avoidance* nilai sig 0,123 > 0,05, ROA tidak mempengaruhi *Tax Avoidance* dengan nilai sig 0,820 > 0,05, Ukuran Perusahaan mempengaruhi *Tax Avoidance* nilai sig 0,16 < 0,05 dan DER tidak mempengaruhi *Tax Avoidance* nilai sig 0,966 > 0,05. *Transfer Pricing*, ROA, Ukuran Perusahaan dan *Debt To Equity Ratio (DER)* secara simultan mempengaruhi *Tax Avoidance* dengan nilai sig. 0,011 < 0,05.

I. PENDAHULUAN

Pajak berperan penting dalam perekonomian negara. Pajak juga merupakan kontribusi signifikan terhadap APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) daripada sumber pendapatan lain (bukan pajak). Karena pajak sebagai kontribusi besar bagi pendanaan negara, sehingga pemerintah sangat menekankan pembayaran pajak.

Pengertian pajak menurut UU No 7 Tahun 2021 mengenai tata cara dan ketentuan umum perpajakan dalam Pasal 2 Ayat 1 Pajak yakni wajib pajak yang sesuai syarat objektif dan subjektif sebagaimana ketentuan Perpu perpajakan wajib melakukan pendaftaran di kantor Dirjen pajak yang ruang lingkup pekerjaannya mencakup domisili maupun tempat kedudukan wajib pajak dan kepadanya diberi NPWP. Pajak adalah sumber pendanaan negara yang memegang peran dalam hal program yang memajukan pertumbuhan perekonomian, pembangunan infrastruktur, fasilitas umum, pendidikan, kesejahteraan rakyat dan aset-aset lainnya. Oleh karena itu pembayaran pajak harus sesuai aturan undang-undang. Namun pelaksanaannya masih menemukan berbagai kendala. Hambatan yang sering muncul adalah kegiatan yang bertujuan menghindari atau tidak membayar seluruh beban pajak yang telah menjadi kewajiban wajib pajak yang biasa disebut dengan kegiatan penghindaran pajak.

Fenomena kasus penghindaran pajak yang terjadi yaitu kasus penghindaran pajak yang sempat muncul di media massa tahun 2019 yaitu perusahaan batu bara PT Adaro Energy Tbk milik BUMN. Departemen Pajak (DJP) telah menyelidiki dugaan bahwa perusahaan batubara PT Adaro Energy Tbk telah melakukan penggelapan pajak melalui anak perusahaannya di Singapura melalui skema transfer pricing. Pada laporan tersebut, Adaro diindikasikan memakan pendapatan beserta keuntungannya ke luar negeri dengan demikian bisa mengurangi pembayaran pajak terhadap Pemerintah Indonesia. Berdasarkan Global Witness, cara tersebut dilaksanakan melalui penjualan batu bara yang harganya murah ke Singapura yaitu anak perusahaan Adaro, Coaltrade Services International agar diperjualkan kembali dengan harga tinggi. Dari perusahaan tersebut, Global Witness mendapat potensi pembayaran pajak cenderung rendah daripada yang sepatutnya bernilai USD 125 juta terhadap pemerintah Indonesia. Hal tersebut sebagai upaya penghindaran pembayaran pajak di Indonesia. Adaro mampu memotong pengumpulan pajak Indonesia dan uang

untuk pemerintah Indonesia sebagai layanan publik dasar sekitar USD 14 juta pertahun (*DJP Dalami Dugaan Penghindaran Pajak PT Adaro Energy*, n.d.). Kasus ini menunjukkan penggelapan pajak oleh perusahaan dengan strategi transfer pricing. tirto.id/djp-dalami-dugaan-penghindaran-pajak-pt-adaro-energy-edKk

Penelitian ini bertujuan mengetahui Transfer Pricing, Return On Assets, Ukuran Perusahaan dan Debt To Equity Ratio mempengaruhi Tax Avoidance pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pajak

a. Pengertian Pajak

Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 pada pasal 2 point 1, berbunyi:

“Setiap Wajib Pajak yang sudah memenuhi syarat obyektif dan subyektif berdasarkan kebijakan peraturan perundang-undangan perpajakan harus melakukan pendaftaran secara individu kepada kantor Dirjen Pajak dengan wilayah kerja yang mencakup tempat kedudukan atau tempat tinggal Wajib Pajak dan padanya berikan NPWP.”

Menurut P.J.A. Andriani dalam buku dasar – dasar perpajakan (Alexander Thian, 2020) telah mengartikan pajak secara lebih terperinci, sebagai berikut :

“pajak merupakan iuran terhadap negara (yang bisa paksakan) yang terutang oleh pihak dengan kewajiban membayar berdasarkan peraturan perundang-undangan, tanpa memperoleh imbalan, langsung bisa ditunjuk, serta untuk membiayai pengeluaran umum tugas negara.“

Berdasarkan uraian di atas, pajak menggambarkan suatu iuran wajib pajak kepada negara bila sudah memenuhi subjek dan objektif dalam perundang-undangan perpajakan. Pemungutan pajak merupakan hal yang biasa dipaksakan karena di atur oleh peraturan yang diberlakukan.

Menurut pengertian tersebut, bisa di tarik beberapa kesimpulan bahwa :

1. Pajak sifatnya memaksa
2. Pajak adalah kontribusi wajib ke negara
3. Pajak dipakai untuk keperluan negara
4. Pajak tidak memperoleh imbalan langsung

Tax Avoidance

Menurut Pohan (2015:11) yang dikutip oleh (Suryani, 2020) Penggelapan pajak yaitu upaya wajib pajak supaya meringankan beban pajak, cara ini untuk melakukan penghindaran pajak yang menasar pada transaksi non pajak. Metode yang diterapkan fokus pada kelemahan yang disebutkan dalam peraturan perundang-undangan perpajakan. *Tax avoidance* yakni strategi yang dapat dipakai dalam meminimalisir beban pajak secara legal.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan penghindaran pajak yakni aktivitas yang mengarah kepada perencanaan pajak dalam bentuk rekayasa perpajakan agar utang pajak dengan jumlah minimal tapi masih dalam kebijakan perpajakan yang diberlakukan. Penghindaran pajak dilaksanakan melalui pemanfaatan celah undang-undang perpajakan perihal *grey area*. Melalui pemanfaatan celah-celah pada perpajakan bisa memberi keuntungan untuk wajib pajak guna menghindari kewajibannya dalam membayar pajak. *Grey area* timbul dikarenakan terdapatnya kebijakan perpajakan yang tidak jelas, sehingga peraturan ini membuat celah yang dipergunakan wajib pajak dalam melaksanakan *tax avoidance* dalam mengembangkan laba perusahaan.

Pengukuran penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) penelitian ini melalui ETR (*Effective Tax Rate*) merupakan pengeluaran kas untuk beban pajak penghasilan dibagi pendapatan sebelum pajak. Selanjutnya definisi ETR yaitu ukuran melihat efektifitas pajak perusahaan dari pembagian beban pajak penghasilan laba sebelum pajak.

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Sumber : (Nindita et al., 2021)

Transfer Pricing

Sesuai peraturan Menteri Keuangan No. 22/PMK.03/2020 pasal1 ayat 6, pasal 2 ayat 8 *transfer pricing* sebagai berikut :

“Penetapan harga pada transaksi antar masing-masing pihak dengan hubungan istimewa. Menentukan harga transfer dimuka melalui penerapan prinsip kelaziman dan kewajaran usaha menyesuaikan kondisi dan perkiraan selama periode APA”

Menurut (Tampubolon & Farizi, 2018) didalam bukunya dengan judul *Transfer Pricing & Cara Membuat TP DOC* menyatakan bahwa :

“*Transfer Pricing* yaitu transaksi antara jasa/ produk antara dua entitas berbeda di grup perusahaan. Pertukaran produk antara divisi penjualan dan pembelian dalam entitas yang sama bukan dinamakan *transfer pricing*, sebab masih termasuk satu entitas pelaporan yang sama.”

Berdasarkan uraian tersebut di simpulkan bahwa *Transfer Pricing* yaitu perencanaan oleh perusahaan multinasional yang bertujuan pengalihan kewajiban pembayaran pajak ke berbagai negara yang memiliki beban pajak lebih rendah dari beberapa negara yang memiliki beban pajak lebih tinggi.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti menggunakan metode TNMM (*transactional net margin method*) menggunakan rumus :

$$TNMM = \frac{\text{Laba Bersih Penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

Sumber :(Tampubolon & Farizi, 2018)

Return On Assets (ROA)

ROA (*Return On Assets*) yaitu bagian rasio profitabilitas yang memiliki fungsi sebagai pengukur efektivitas perusahaan ketika menggunakan sumber daya yang dimiliki.

Berdasarkan pernyataan (Hery, 2021) :

“Rasio profitabilitas yakni perbandingan pengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas bisnis normalnya. ROA sebagai indikator rasio profitabilitas yang memperlihatkan kontribusi aset ketika menghasilkan laba bersih bagi perusahaan.”

Keunggulan dan kekurangan ROA adalah:

- a. ROA tidak sulit di hitung dan di pahami.
- b. Mendorong tercapainya tujuan perusahaan.
- c. Manajemen menitik beratkan terhadap pendpaatan laba optimal.

Sedangkan kelemahan nya diantaranya :

Tidak ada dorongan terhadap manajemen dalam hal penambahan aset jika harapan ROA sangat tinggi.

Berdasarkan uraian diatas, ROA yaitu rasio yang memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam mengolah asetnya bertujuan menghasilkan laba bagi perusahaan. Sehingga nilai ROA yang meningkat, dampaknya kinerja keuangan suatu perusahaan untuk mencetak laba juga meningkat. Sebaliknya, apabila nilai ROA lebih rendah maka kinerja keuangan perusahaan semakin menurun dikurangi laba dari aset yang tersedia di perusahaan dan laba bersih dari aset perusahaan. pajak yang harus dibayar akan meningkat.

Rumus ROA sebagai indikator kemampuan perusahaan sebagai berikut

$$ROA = \frac{LABA\ BERSIH}{TOTAL\ ASET}$$

Sumber : (Noviyani & Muid, 2019)

Ukuran perusahaan

Menurut (Widjadja, 2009) yang di kutip oleh (Kevin Honggo & Aan Marlinah, 2019) Ukuran perusahaan atau *Firm size* merupakan indikator yang mewakili kecil besarnya sebuah perusahaan, yang bisa diturunkan dari total aset, kapitalisasi nilai, nilai pasar, dan lainnya.

Menurut (Dewinta & Setiawan, 2016) Perusahaan adalah wajib pajak, dengan demikian *Firm size* dinilai dapat memengaruhi cara suatu perusahaan untuk melaksanakan kewajiban pajak dan menjadi aspek yang bisa menimbulkan adanya tindakan penghindaran pajak.

Menurut pemaparan tersebut, bisa disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan merupakan klasifikasi bisnis berdasarkan jumlah aset yang dimilikinya. Ukuran perusahaan biasanya dikelompokkan tiga ukuran yaitu ukuran perusahaan kecil, ukuran menengah dan ukuran besar. Perusahaan merupakan wajib pajak, dengan demikian *Firm size* dinilai dapat memengaruhi cara suatu perusahaan untuk melaksanakan kewajiban pajak dan menjadi aspek yang bisa menimbulkan adanya tindakan penghindaran pajak. *Firm size* mengindikasikan kemampuan dan kestabilan perusahaan pada pelaksanaan kegiatan perekonomiannya, jika *Firm size* semakin besar, maka semakin diperhatikan pemerintah.

Menurut (Mahanani *et al.*, 2017) yang di kutip oleh (Kevin Honggo & Aan Marlinah, 2019) Indikator yang dipergunakan dalam mengukur tingkat ukuran perusahaan ialah total aset sebab *Firm size* diprosikan melalui total aset. Dalam mengukur skala perusahaan bisa memakai persamaan:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (total aset)}$$

Sumber : (Noviyani & Muid, 2019)

Debt To Equity Ratio

Menurut Kasmir (2019) yang di kutip oleh (Lianawati, 2021) *DER* yaitu Rasio yang dipergunakan dalam menilai hutang terhadap ekuitas. Rasio tersebut diperoleh melalui memperbandingkan semua kewajiban, salah satunya kewajiban lancar, terhadap semua ekuitas.

Berdasarkan pemaparan tersebut, bisa disimpulkan rasio utang terhadap ekuitas (*DER*) merupakan rasio yang dipergunakan mengukur hutang terhadap ekuitas. Rasio tersebut diperoleh melalui memperbandingkan semua kewajiban, salah satunya kewajiban lancar terhadap semua ekuitas. Jika *Debt to Equity Ratio* semakin tinggi, maka semakin rendah ekuitas dibandingkan hutang. Tingginya *Debt to Equity Ratio* mengindikasikan ketergantungan permodalan perusahaan pada pihak luar yang tinggi. Tingginya *Debt to Equity Ratio* akan berdampak buruk bagi kinerja perusahaan, sebab jika semakin tinggi tingkat utang, berarti semakin besar beban bunga perusahaan dan akan mengurangi keuntungan.

Bagi perusahaan, jumlah hutang harus lebih kecil dari ekuitas, sehingga beban tetap stabil semakin rendah. Sehingga, perusahaan dengan *DER* tinggi akan dicurigai berusaha untuk menghindari pajak dikarenakan semakin tinggi pendanaan dari pihak luar maka beban bunga yang timbul dari pendanaan tersebut akan meningkat. Peningkatan biaya bunga mempengaruhi pengurangan beban pajak perusahaan yang di bayar.

DER yaitu perbandingan antara total hutang perusahaan dengan total ekuitasnya. *DER*, yang ditampilkan berikut ini:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Sumber : (Noviyani & Muid, 2019)

III. METODE

A. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini yakni data sekunder, data yang telah dihimpun peneliti lain (Puspitawati & Herawati, 2018). Penggunaan data penelitian ini yakni laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Data tersebut di dapatkan melalui website BEI <https://idx.co.id>.

B. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi yaitu daerah generalisasi meliputi: subyek/obyek yang terdapat kualitas dan suatu karakteristik ditentukan peneliti untuk dipelajari (Sugiono, 2019). Populasi penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor *makan dan minuman* yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 sejumlah 26 perusahaan.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah populasi (Sugiono, 2019). Pengambilan sampel pada penelitian ini di ambil menggunakan purposive sampling. Menurut (Sugiono, 2019) Sampling Purposive yaitu metode penentuan sampel dengan mempertimbangkan. Misalnya hendak melaksanakan riset tentang mutu santapan, hingga ilustrasi sumber informasinya merupakan orang yang pakar santapan, ataupun riset tentang keadaan politik di sesuatu wilayah, hingga ilustrasi sumber informasinya merupakan orang yang pakar politik. Ilustrasi ini lebih sesuai digunakan buat riset kualitatif, ataupun riset- penelitian yang tidak melaksanakan generalisasi. Kriteria pengambilan sampel yaitu :

1. Perusahaan manufaktur sektor *makanan dan minuman* terdaftar di BEI periode 2018-2020.
2. Perusahaan manufaktur sektor *makanan dan minuman* yang menampilkan laporan keuangan dengan lengkap di BEI periode 2018 - 2020.
3. Perusahaan manufaktur sektor *makanan dan minuman* yang menggunakan laporan keuangan dalam mata uang rupiah periode 2018 – 2020.
4. Perusahaan manufaktur sektor *makanan dan minuman* memperoleh laba di BEI periode 2018-2020.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penghimpunan data penelitian ini ada dua metode, antara lain :

a. Metode Pustaka

Metode pustaka yaitu teknik memperoleh informasi terkait materi pada penelitian. Metode ini dengan memahami dan mempelajari jurnal, buku dan sumber lain sebagai referensi penelitian.

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah data dikumpulkan melalui pencatatan dan melakukan kajian data. Data penelitian ini berada website resmi BEI yaitu <https://idx.co.id>.

IV. HASIL

Tabel IV. 1
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R ²	Adj. R ²	Std. Error of the Estimate
1	,604 ^a	,365	,274	,0278415

a. Predictors: (Constant), DER, Transfer Pricing, ROA, Ukuran Perusahaan

Atas dasar hasil perhitungan tabel diatas , hasil uji koefisien determinasi dari nilai adjusted R² 0,274 (27,4%). Nilai tersebut berarti variabel independen yaitu *Transfer Pricing*, *ROA*, Ukuran Perusahaan, *DER* mempengaruhi sebesar 27,4% terhadap variabel dependen *Tax Avoidance*, sisanya 72,6% dipengaruhi faktor lainnya dari luar variabel *Transfer Pricing*, *ROA*, Ukuran Perusahaan, *DER* yang diteliti dalam penelitian ini.

Tabel IV. 2
Hasil Uji Statistik t (Parsial)

		Coefficient ^a				
		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,039	,118		-,328	,746
	Transfer Pricing	-,207	,130	-,347	-1,589	,123
	ROA	-,039	,172	-,049	-,229	,820
	Ukuran Perusahaan	,011	,004	,577	2,555	,016
	DER	,001	,020	,009	,043	,966

a. Dependent Variable: Tax Avoidance

Berdasarkan tabel IV.12, berikut adalah hasil uji statistik t (parsial):

- Transfer Pricing* (X1) diketahui nilai sig. 0,123 > 0,05 dengan demikian *Transfer Pricing* tidak mempengaruhi *Tax Avoidance*.
- ROA* (X2) diketahui nilai sig. 0,820 > 0,05 sehingga *ROA* tidak mempengaruhi *Tax Avoidance*.
- Ukuran Perusahaan (X3) menunjukkan nilai sig. 0,016 < 0,05 sehingga Ukuran perusahaan mempengaruhi *Tax Avoidance* secara signifikan.
- DER* (X4) diketahui nilai sig. 0,966 > 0,05 maka Ukuran perusahaan tidak mempengaruhi *Tax Avoidance* secara signifikan.

Hasil Uji Statistik F (Simultan)

Uji statistik F diketahui bahwa variabel independen model memberikan pengaruh variabel dependent secara simultan.

Hasil uji statistik F ditampilkan di bawah ini:

Tabel IV. 3
Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi	,012	4	,003	4,018	,011 ^b
	Residual	,022	28	,001		
	Total	,034	32			

a. Dependen Variable: Tax Avoidance

b. Predictor: (Constant), DER, Ukuran Perusahaan, Transfer Pricing, ROA

Berdasarkan dari tabel IV.13, diketahui nilai sig. $0,011 < 0,05$. Maka kesimpulan dari uji statistik F (Simultan) adalah *Transfer Pricing*, *Return On Assets*, Ukuran Perusahaan, *DER*. mempengaruhi *Tax Avoidance* signifikan secara simultan.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini mempunyai tujuan mengetahui pengaruh *transfer pricing*, *return on assets*, ukuran perusahaan, *debt to equity ratio* terhadap *tax avoidance* pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

1. Variabel Transfer Pricing tidak mempengaruhi signifikan terhadap Tax Avoidance secara parsial nilai signifikannya $0,123 > 0,05$. Kesimpulannya adalah pengajuan hipotesis H_1 di tolak.
2. Variabel ROA tidak mempengaruhi signifikan terhadap Tax Avoidance secara parsial nilai signifikannya $0,820 > 0,05$. Kesimpulannya adalah pengajuan hipotesis H_2 di tolak.
3. Variabel Ukuran Perusahaan mempengaruhi signifikan terhadap Tax Avoidance secara parsial nilai signifikannya $0,016 < 0,05$. Kesimpulannya adalah pengajuan hipotesis H_3 terbukti dan diterima.
4. Variabel DER tidak mempengaruhi signifikan terhadap Tax Avoidance secara parsial nilai signifikannya $0,966 > 0,05$. Kesimpulan dari hasil penelitian adalah pengajuan H_4 di tolak.

Variabel *transfer pricing*, *return on assets*, ukuran perusahaan, dan *debt to equity ratio* mempengaruhi signifikan Tax Avoidance secara simultan nilai sig. $0,011 < 0,05$. Kesimpulan dari hasilnya penelitian ini yaitu pengajuan hipotesis penelitian H_5 terbukti dan diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Thian, M. S. (2020). *Daerah-Daerah Perpajakan*. 7.
- Dewinta, I., & Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14(3), 1584–1615.
- DJP Dalami Dugaan Penghindaran Pajak PT Adaro Energy*. (n.d.). Retrieved October 23, 2021, from <https://tirto.id/djp-dalami-dugaan-penghindaran-pajak-pt-adaro-energy-edKk>
- Hery. (2021). *Analisis Laporan Keuangan-Integrated And Comprehensive - Google Books* (A. Pramono (Ed.)). Grasindo.
https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Laporan_Keuangan_Integrated_And/cFkjEAAQBAJ?hl=en&gbpv=1
- Kevin Honggo, & Aan Marlinah. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, Sales Growth, dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 9–26. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Lianawati, H. (2021). Pengaruh Debt To Equity Ratio , Transfer Pricing , Ukuran Perusahaan , dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Nindita, F. K., Rahman, A., & Rosyafah, S. (2021). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Assets, Related Party Transaction terhadap Penghindaran Pajak. *UBHARA Accounting Journal*, 1(2), 418–428.
- Noviyani, E., & Muid, D. (2019). Pengaruh Return on Assets, Leverage, Ukuran Perusahaan, Intensitas Aset Tetap, dan Kepemilikan Institusional terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1–11.
- Puspitawati, H., & Herawati, T. (2018). Metode penelitian keluarga. In *PT Penerbit IPB Press* (p. 506). <https://doi.org/9786024405496>
- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Suryani, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Debt To Asset Ratio dan Komite Audit terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(1), 83. <https://doi.org/10.51211/joia.v5i1.1322>
- Tampubolon, K., & Farizi, Z. Al. (2018). *Transfer Pricing & Cara Membuat TP Doc - Google Books*. Deepublish.
https://www.google.co.id/books/edition/Transfer_Pricing_Cara_Membuat_TP_Doc/oc6XDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Transfer+Pricing+%26+Cara+Membuat+TP+DOC&printsec=frontcover

Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bahtera Elsajaya Suryamas Transindo

Yuliana^{1)*}, Toni Yoyo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹ dovelyana@rocketmail.com

²⁾ toni.yoyo1128@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Gaya Kepemimpinan 1
Disiplin Kerja 2
Kompensasi 3
Kinerja Karyawan 4

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat keputusan karyawan pada PT. Bahtera Elsajaya Suryamas Transindo. Dari kajian tersebut diambil 4 faktor yaitu gaya kepemimpinan, disiplin kerja, dan kompensasi terhadap kinerja karyawan PT. Bahtera Elsajaya Suryamas Transindo.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala ordinal dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Data tersebut disebar kepada 100 responden sebagai sampling jenuh karena populasi ditetapkan semua anggota sebagai sampel dan diolah menggunakan program SPSS 26.0 yang selanjutnya digunakan untuk menguji hubungan variabel-variabel tersebut.

Gaya kepemimpinan t-hitung adalah 2,414 pada kolom t. Dengan menggunakan tabel distribusi normal t, tingkat kepercayaan uji 95%, tingkat kesalahan 5%, dan derajat bebas $n - 3 = 100 - 3 - 1 = 96$, maka distribusi t adalah 3,09. Nilai t hitung gaya kepemimpinan lebih besar dari t tabel ($2,414 > 3,09$), sehingga H_0 ditolak pada kesalahan 5% dan H_a diterima pada kepercayaan 95%.

F Model 1 adalah 611.148 dan signifikan pada 0,001. H_0 ditolak karena $lift\ 0,001\ 0,05$ dan $F\ hitung > F\ tabel$ atau $611,148 > 3,14$, menunjukkan hubungan linier antara variabel disiplin kerja dengan kinerja pegawai. Model regresi kemudian dapat memprediksi kinerja karyawan. Pihak terkait harus meningkatkan PT. Pengambilan keputusan Elsajaya Suryamas Transindo Ark.

I. PENDAHULUAN

Persaingan sengit antara bisnis dan organisasi untuk meningkatkan pangsa pasar mereka di era globalisasi saat ini. Untuk berhasil, setiap bisnis atau organisasi membutuhkan keunggulan kompetitif. Salah satu pekerja mengatakan bahwa di dunia modern, bisnis bersaing untuk merekrut, melatih, dan mempertahankan individu yang memiliki potensi untuk membantu mereka mendapatkan keunggulan kompetitif. Melalui orientasi fungsional, yang menggantikan pengawasan,

pengarahan, dan pengendalian dengan pertumbuhan, kreativitas, fleksibilitas, dan manajemen proaktif, sumber daya manusia berperan dalam menentukan nasib organisasi. Proses perekrutan, pelatihan, evaluasi, dan penghargaan pekerja sambil mempertimbangkan hubungan kerja mereka, kesehatan, keselamatan, dan masalah keadilan dikenal sebagai manajemen sumber daya manusia (SDM)(Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hernawan, 2021).

Karena semakin banyaknya car carrier dan car towing, situasi ini membuat perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Oleh karena itu, dimaksudkan agar usaha pengangkut atau penarik kendaraan dapat menjalankan usahanya dengan sukses dan efisien. Jika tidak, perusahaan akan berjuang untuk bersaing dengan bisnis lain, terutama yang sebanding dan keduanya domestik. Seperti biasa, seorang arsitek transportasi yang berperan penting dalam rantai pengangkutan produk dari satu lokasi ke lokasi lain adalah car carrier atau car towing. Dalam hal pengangkutan produk, lokasi pengangkut mobil atau truk derek sangat penting. Meskipun demikian, Car Carrier / Car Towing sendiri menjalankan usahanya dengan menyewa tempat di kapal dan cara pengangkutan dari perusahaan angkutan. Namun, eksportir dan importir yang menangani produk mereka sendiri dapat menyelesaikan tugas lebih efektif daripada pengangkut mobil atau layanan derek. Ini membantu importir dan eksportir mengelola dokumen untuk barang yang mereka bawa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Gaya Kepemimpinan

Norma atau tindakan yang diambil seseorang untuk mencoba mempengaruhi perilaku orang lain untuk mencapai tujuan yang berada dalam jangkauan mereka. metode di mana seseorang dapat menjadi seorang pemimpin dengan secara konsisten mengambil tindakan dan membujuk orang lain dalam posisi kepemimpinan untuk meneruskan tujuan bisnis atau organisasi.

Disiplin Kerja

Menurut ((Andy & Sutrisna, 2018) menyatakan bahwa:

“Disiplin kerja juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas kinerja pegawai”.

Menurut (Rivai 2019, 184) menyatakan yaitu:

“Bagaimana pemimpin berkomunikasi dengan karyawan untuk memastikan bahwa mereka bersedia mengubah perilaku mereka dan mengambil tindakan untuk meningkatkan kesadaran dan motivasi untuk mematuhi aturan perusahaan”.

Kompensasi

Menurut (Diana Silaswara, 2021) menyatakan “Kompensasi adalah imbalan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan atas pekerjaannya”.

Menurut Hasibuan (2017:119), menyatakan “Penghasilan berupa uang atau barang yang diterima secara langsung atau tidak langsung oleh seorang karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Manfaat pensiun juga dapat mencerminkan status, posisi, jabatan, dan masa kerja karyawan di perusahaan”.

Kinerja Karyawan

Menurut Sedarmayati (dalam jurnal Indah Hamzah 2019 :166), kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang didapat diberikan oleh seorang karyawan, dalam proses manajemen atau seluruh organisasi dalam memberikan hasil kerja yang ditunjukkan dengan baik dalam pelatihan dari segi kualitas.

Berdasarkan (Pujiarti, 2019) dalam jurnal Pengaruh Kompetensi dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan adalah hasil dari orang-orang dan sumber daya dalam suatu organisasi yang bekerja sama untuk mencapai hasil berdasarkan tingkat dan standar kualitas yang ditetapkan. Setiap aktivitas dan kinerja setiap individu merupakan kunci untuk mencapai produktivitas.

III. METODE

Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis penggolongan tujuannya, jenis penelitian karya ilmiah ini adalah penelitian dan pengembangan. Pengembangan merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan, memperluas, menggali lebih dalam landasan teori yang oleh berbagai ahli di bidangnya apakah relevan dan menunjang penulisan karya ilmiah ini di dunia usaha, selain itu penulis juga mengkaji dan mencari teori – teori dari berbagai ahli guna menunjang dan mendukung karya tulis ini serta variabel yang diteliti dari karya ilmiah guna mendukung hipotesis.

Objek Penelitian

Objek pada penelitian adalah **salah satu** perusahaan jasa transportasi yang melayani pengiriman kendaraan dan penumpang ke seluruh wilayah Indonesia. Dengan pelayanan prima “*door to door*” service yang mengutamakan dalam meminimalkan kilometer pada kendaraan. Sentra Aneka Niaga B/8 Medan Satria, Bekasi Jawa Barat – 17131

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian dari karakteristik tersebut dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda menjadi pusat perhatian bagi

peneliti. Objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Menurut (Sugiyono 2014, 116) menyatakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut".

Untuk sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Berikut rumus solvin dalam mengambil sampel.

Tehnik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini dibagi menjadi 4 (tiga) bagian, yaitu: Interview, Wawancara, kuesioner, studi pustaka dan dokumen.

Tehnik Analisi Data

Data survei yang komprehensif sebagai salah satu metode analisis data, dikumpulkan melalui hasil survei, dianalisis dengan menggunakan program SPSS, dan diuji sebagai:

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono 2014, 121) menyatakan bahwa "instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur."

$$r = \frac{n (\sum X_1 Y_1) - (\sum X_1)(\sum Y_1)}{\sqrt{[n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan, berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dalam hal kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.

$$rn = \left(\frac{k}{dk-1x} \right) \left(\sum 1\sigma \frac{b}{\sigma^2} \right)$$

3. Model Statistik

a. Uji Regresi Sederhana

Linearitas antara satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) merupakan ciri dari analisis regresi sederhana (Y). Tentukan apakah kenaikan atau penurunan nilai variabel independen memiliki efek positif atau negatif pada variabel dependen, dan gunakan informasi itu untuk membuat prediksi tentang variabel dependen.

$$Y = a + bX$$

b. Uji Regresi Linear

Untuk memastikan hubungan antara variabel dependen dan independen dengan menggunakan prosedur statistik standar, analisis regresi linier berganda adalah alat yang berguna.

$$y = a + \beta^2 X1 + \beta^2 X2$$

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji statistik digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel independen tunggal dapat mempengaruhi hasil. Menerapkan program statistik seperti SPSS untuk memverifikasi korelasi koefisien:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

b. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Besaran angka F studi dapat dibandingkan dengan tabel F untuk tujuan ini.

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R)^2(n-k-1)}$$

IV. HASIL

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

1. Variabel Gaya Kepemimpinan (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1_1	17.51	75.222	.894	.986
x1_2	17.47	75.201	.934	.985
x1_3	17.46	74.574	.947	.985
x1_4	17.44	74.390	.938	.985
x1_5	17.49	74.879	.914	.986
x1_6	17.52	74.616	.927	.985
x1_7	17.49	74.858	.946	.985
x1_8	17.51	75.182	.949	.985
x1_9	17.50	74.374	.941	.985
x1_10	17.48	73.868	.932	.985

- a. Temuan penentuan validitas untuk 10 pertanyaan disajikan dalam tabel statistik item-total.
- b. Bila jumlah responden dikurangi satu, atau $100-2 = 98$, dengan taraf signifikansi 5%, maka nilai tabel dihitung dengan tingkat kepercayaan (derajat freedom = df), dan hasilnya adalah 0,1966 . (hasil dari tabel).
- c. Menganalisis tabel dan setiap item pertanyaan dengan membandingkan output korelasi item-total yang telah diperbaiki menjadi 0,1966. (hasil dari tabel).
- d. Semua pertanyaan sah jika nilai hitung setiap pernyataan tentang gaya kepemimpinan lebih besar dari tabel pada kolom keluaran korelasi item-total terkoreksi, yang dapat dilakukan dengan membandingkan kedua tabel nilai hitung.

b. Uji Reliabilitas

1. Variabel Gaya Kepemimpinan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.987	10

Cronbach's Alpha, ukuran konsistensi internal, menghasilkan nilai 0,987 untuk satu set 10 pernyataan, seperti yang terlihat pada tabel statistik ketergantungan

sebelum yang satu ini. Cronbach's Alpha merupakan ukuran konsistensi internal, dan menurut Dewi Priyatno (2012: 120) dalam bukunya “Fast Learning to Process Statistical Data With SPSS” nilai 0,6 menunjukkan reliabilitas rendah, nilai 0,6-0,98 menunjukkan reliabilitas memadai, dan nilai 0,9 menunjukkan reliabilitas yang baik untuk variabel harga. Dengan demikian, telah ditetapkan bahwa semua klaim penetapan harga adalah akurat.

2. Variabel Disiplin Kerja (X2)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2_1	19.56	79.946	.903	.986
x2_2	19.52	81.404	.905	.986
x2_3	19.56	81.643	.940	.985
x2_4	19.68	81.674	.922	.986
x2_5	19.64	82.112	.909	.986
x2_6	19.60	82.101	.926	.986
x2_7	19.57	81.278	.966	.984
x2_8	19.59	80.406	.973	.984
x2_9	19.56	80.168	.940	.985
x2_10	19.56	79.825	.951	.985

- Temuan penentuan validitas untuk 10 pertanyaan ditampilkan dalam tabel statistik item-total.
- Bila jumlah responden dikurangi satu, atau $100-2 = 98$, dengan taraf signifikansi 5%, maka nilai tabel dihitung dengan tingkat kepercayaan (derajat freedom = df), dan hasilnya adalah 0,1966. (hasil dari tabel).
- Menganalisis tabel dan setiap item pertanyaan dengan membandingkan output korelasi item-total yang telah diperbaiki menjadi 0,1966. (hasil dari tabel).
- Semua pertanyaan sah jika nilai hitung setiap pernyataan tentang disiplin kerja lebih besar dari tabel pada kolom keluaran korelasi item-total yang dikoreksi, yang dapat dilakukan dengan membandingkan dua tabel nilai hitung.

2. Variabel Disiplin Kerja (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.987	10

Cronbach's Alpha untuk set lengkap 10 pernyataan adalah 0,987, seperti yang terlihat pada tabel data reliabilitas sebelumnya. Menurut buku Dewi Priyatno

(2012: 120) “Fast Learning to Process Statistical Data With SPSS” nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,6 menunjukkan reliabilitas yang rendah, nilai antara 0,60 dan 0,98 menunjukkan reliabilitas yang memadai, dan nilai 0,9 menunjukkan reliabilitas yang kuat dari variabel harga. Semua klaim harga telah diverifikasi sebagai akurat.

3. Variabel Kualitas Kompensasi (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3_1	20.17	77.112	.927	.988
x3_2	20.12	77.198	.959	.987
x3_3	20.09	77.759	.972	.987
x3_4	20.22	78.335	.859	.990
x3_5	20.11	77.028	.947	.988
x3_6	20.10	77.081	.941	.988
x3_7	20.13	76.862	.962	.987
x3_8	20.15	76.755	.964	.987
x3_9	20.17	77.011	.964	.987
x3_10	20.16	77.469	.943	.988

Dari tabel *Item Total Statistic* sebelumnya dapat dilihat bahwa :

- Temuan penentuan validitas untuk 10 pertanyaan ditampilkan dalam tabel statistik item-total.
- Bila jumlah responden dikurangi satu, atau $100-2 = 98$, dengan taraf signifikansi 5%, maka nilai tabel dihitung dengan tingkat kepercayaan (derajat freedom = df), dan hasilnya adalah 0,1966 . (hasil dari tabel).
- Menganalisis tabel dan setiap item pertanyaan dengan membandingkan output korelasi item-total yang telah diperbaiki menjadi 0,1966. (hasil dari tabel).
- Semua pertanyaan sah jika nilai yang dihitung dari setiap pernyataan tentang kompensasi lebih besar dari tabel pada kolom keluaran korelasi item-total yang dikoreksi, yang dapat dilakukan dengan membandingkan dua tabel nilai yang dihitung.

3. Variabel Kualitas Kompensasi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.989	10

Cronbach's Alpha untuk seluruh rangkaian 10 asersi adalah 0,989, seperti terlihat pada tabel data reliabilitas sebelumnya. Dewi Priyatno (2012), dalam bukunya “Fast Learning to Process Statistical Data with SPSS” menyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,6 menunjukkan keandalan yang rendah, nilai antara 0,60 dan 0,98 menunjukkan keandalan yang memadai, dan nilai yang lebih besar atau sama dengan 0,9 menunjukkan reliabilitas yang baik untuk variabel harga. Dengan demikian, telah ditetapkan bahwa semua klaim penetapan harga adalah akurat.

4. Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y_1	18.84	83.611	.930	.990
y_2	18.69	83.974	.956	.990
y_3	18.65	83.523	.948	.990
y_4	18.67	82.708	.963	.989
y_5	18.66	82.732	.940	.990
y_6	18.72	83.012	.956	.990
y_7	18.66	83.398	.949	.990
y_8	18.71	84.168	.964	.989
y_9	18.75	83.846	.960	.990
y_10	18.76	83.336	.954	.990

Dari tabel *Item Total Statistic* diatas dapat dilihat bahwa :

- Temuan penentuan validitas untuk 10 pertanyaan ditampilkan dalam tabel statistik item-total.
- Bila jumlah responden dikurangi satu, atau $100-2 = 98$, dengan taraf signifikansi 5%, maka nilai tabel dihitung dengan tingkat kepercayaan (derajat freedom = df), dan hasilnya adalah 0,1966 . (hasil dari tabel).
- Menganalisis tabel dan setiap item pertanyaan dengan membandingkan output korelasi item-total yang telah diperbaiki menjadi 0,1966. (hasil dari tabel).
- Semua pertanyaan sah jika nilai yang dihitung dari setiap pernyataan mengenai kinerja karyawan lebih besar dari tabel di kolom keluaran korelasi item-total yang dikoreksi, yang dapat dilakukan dengan membandingkan dua tabel nilai yang dihitung.

4. Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.991	10

Tabel data reliabilitas di atas menunjukkan Cronbach's Alpha sebesar 0,991 untuk satu set 10 pernyataan., nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,6 menunjukkan reliabilitas rendah, nilai antara 0,60 dan 0,99 menunjukkan reliabilitas memuaskan, dan nilai lebih besar dari = 0,90 menunjukkan reliabilitas yang baik dari variabel harga. Dengan demikian, telah ditetapkan bahwa semua klaim penetapan harga adalah akurat.

1. Uji Hipotesis

- Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.666	2.956		2.255	.026		
	Kepemimpinan	.212	.088	.230	2.414	.018	.790	1.266
	Disiplin	.385	.081	.436	4.772	<.001	.863	1.159
	Kompetensi	.071	.081	.079	.874	.384	.889	1.125

a. Dependent Variable: Kinerja

Dari tabel sebelumnya terlihat jelas bahwa nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel untuk mengetahui benar atau tidaknya hipotesis yang ada. Norma untuk evaluasi. Nilai t hitung untuk gaya kepemimpinan adalah 2,414 seperti terlihat pada kolom t. Menggunakan t-tabel dari distribusi normal, kami mendapatkan nilai 3,09 ketika interval kepercayaan kami adalah 95% (1-) dan 5% (), dan derajat kebebasan kami adalah $n - 3 = 100 - 3 - 1 = 96$ Oleh karena itu, mengingat bahwa $2,414 > 3,09$, t hitung untuk gaya kepemimpinan lebih besar dari t tabel.

- Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2444.594	4	611.148	11.028	<.001 ^b
	Residual	5264.716	95	55.418		
	Total	7709.310	99			

F yang dihitung untuk model 1 dalam uji ANOVA adalah 611.148, yang secara statistik signifikan pada tingkat 0,001. H_0 ditolak dan H_a disetujui jika lift kurang dari 0,001 dan 0,05, dan jika F hitung lebih dari F tabel, atau jika 611.148 lebih besar dari 3,14. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linier antara faktor disiplin kerja dengan kinerja pegawai. Kinerja karyawan dengan demikian dapat diprediksi secara akurat menggunakan model regresi.

V. KESIMPULAN

1. Gaya kepemimpinan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada PT. Bahtera Elsajaya Suryamas Transindo dimana gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh perusahaan berorientasi pada dimensi gaya kepemimpinan, sehingga gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh perusahaan sudah baik agar karyawan menjadi loyal terhadap.
2. Disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada PT. Bahtera Elsajaya Suryamas Transindo dimana disiplin kerja yang diterapkan oleh perusahaan berorientasi dimensi disiplin kerja sehingga mampu mendorong karyawan lebih disiplin.
3. Kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan pada PT. Bahtera Elsajaya Suryamas Transindo dimana kompensasi yang diterapkan oleh perusahaan berorientasi dimensi kompensasi sehingga mampu mendorong karyawan menimbulkan dampak positif baik berupa fisik dan non fisik. Berdasarkan metode penelitian kualitatif analisis yang peneliti telah lakukan, ternyata gaya kepemimpinan, disiplin kerja, kompensasi, terhadap kinerja karyawan sangat berpengaruh kuat terhadap keputusan karyawan pada PT. Bahtera Elsajaya Suryamas Transindo

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, & Sutrisna. (2018). Analisis Pengaruh Kedisiplinan Kerja, Prestasi Kerja Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama Understanding the Relationship between Affective Commitment and Continuity Commits at Buddhi College Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 16. No. 1 (2018), 1*, 18–33.
- Anwar Prabu Mangkunegara. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Andri Feriyanto Dan Endang Shyta. Pengantar manajemen (3 in 1) untuk mahasiswa dan umum. Yogyakarta: Mediatara, 2015.
- Bintoro Dan Daryanto. Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan. Yogyakarta: Gaya Media, 2017.
- Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hernawan, A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV. Pustaka Kreasi Mandiri.
- Emron Edison, Yohni Anwar dan Imas Komariah. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Semarang: Undip, 2018.

Pengaruh Keputusan Investasi, Pendanaan, dan Kebijakan Deviden kepada Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan IDX 30 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)

Erwin Bunkiong^{1)*}, Suhendar Janamarta²⁾

¹⁾²⁾ Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾erwin9801@gmail.com

²⁾suhendar.janamarta@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Keputusan Investasi
Pendanaan
Kebijakan Deviden
Nilai Perusahaan

Abstrak

Bursa Efek Indonesia mempelajari berbagai industri dari tahun 2016 hingga 2020 untuk mengumpulkan data tentang dampak keputusan pendanaan, pilihan penanaman modal, dan dividen kepada nilainya.

Berdasarkan data, 16 dari 30 industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dipilih sebagai subyek riset ini. Alasan mereka dipilih adalah karena data mereka memenuhi persyaratan metode purpose sampling. Industri-industri tersebut dipilih dari tahun 2016 hingga 2020. Setelah terpilih, informasi mereka dianalisa dengan software SPSS versi 25. Hal ini memungkinkan untuk pengujian asumsi klasik, analisa regresi linier berganda, dan data deskriptif.

Hasil riset membuktikan kalau ketetapan dividen, pendanaan serta pemodal industri mempengaruhi penting kepada nilai industri. Tidak hanya itu, riset membuktikan kalau ketetapan pemodal mempengaruhi pada nilai industri, semacam perihalnya pendanaan.

Kata kunci : Keputusan Investasi, Pendanaan, Kebijakan Deviden, Nilai Perusahaan.

I. PENDAHULUAN

Manajemen keuangan mencakup semua keputusan dan sumber daya yang berkaitan dengan uang. Tujuan manajemen keuangan adalah untuk menggunakan sumber daya yang tersedia untuk memperoleh keuntungan setinggi mungkin. Bisa dilakukan oleh perorangan atau industri. Manajemen keuangan membuat keputusan tentang bagaimana mengalokasikan sumber daya keuangan. Keputusan tentang kebijakan keuangan, kebijakan penanaman modal, dan kebijakan dividen tertuang dalam laporan keuangan yang merupakan data akuntansi. Sektor pemerintah,

lembaga publik, dan industri semuanya memanfaatkan pengelolaan keuangan. Tujuannya adalah untuk memberikan manfaat bagi pemegang sumber daya keuangan.

Dalam sebuah industri, pengelolaan sumber daya keuangan disebut juga dengan pengelolaan keuangan. Bidang manajemen ini berfokus pada pengelolaan dana dan aset lain yang dimiliki industri, supaya bisa dipakai untuk aktivitas dan hal-hal yang membantu industri mencapai tujuannya: menghasilkan keuntungan. Manajemen keuangan dalam sebuah industri memiliki peran besar dalam membantu kemajuan bisnis, sehingga Anda harus mengetahui cara kerjanya. Pengelolaan keuangan

Dalam bisnis meliputi perencanaan, pengambilan keputusan mengenai penggunaan uang industri, dan pemantauan perkembangan transaksi keuangan. Kinerja keseluruhan bisnis umumnya diukur dengan kinerja keuangannya. Keuangan adalah komponen penting dalam pendirian bisnis, dan bisa sangat berbahaya. Mengelola keuangan dengan baik sangat penting untuk menjalankan sebuah industri. Ini memiliki bidang ahli sendiri yang mengelola keuangan, atau manajemen keuangan. Jika tidak dikelola dengan baik, bagian tersebut bisa menjadi berantakan, dan industri bisa berhenti beroperasi.

Bersumber pada pada latar belakang itu, sehingga Konsep issue investigasi yakni: (1) Apakah ketetapan Pemodalannya mempengaruhi kepada nilai industri?; (2) Apakah Pendanaan mempengaruhi kepada nilai industri?; (3) Apakah Kebijakan Deviden mempengaruhi kepada nilai industri?; (4) Apakah ketetapan Pemodalannya, Pendanaan serta Kebijakan Deviden mempengaruhi secara Bersama-sama kepada nilai industri?.

Dengan memperhatikan sasaran sebagai berikut: (1) Untuk menguji dampak ketetapan pemodalannya kepada nilai industri pada industri IDX 30 yang tertera di Bursa Efek Indonesia (BEI) rentang waktu 2016-2020. (2) Untuk mencoba akibat pendanaan kepada nilai industri pada industri IDX 30 yang tertera di Bursa Efek Indonesia (BEI) rentang waktu 2016-2020. (3) Untuk mencoba akibat kebijakan deviden kepada nilai industri pada industri IDX 30 yang tertera di Bursa Efek Indonesia (BEI) rentang waktu 2016-2020. (4) Untuk mencoba akibat dengan cara simultan ketetapan pemodalannya, pendanaan serta kebijakan deviden kepada nilai industri pada industri IDX 30 yang tertera di Bursa Efek Indonesia (BEI) rentang waktu 2016-2020.

II. TINJAUAN PUSTAKA

DAMPAK PENANAMAN MODAL

Menurut (Harmono, 2011) menyatakan bahwa:

“signaling theory merupakan metode yang digunakan industri untuk memberikan sinyal kepada investor untuk mengurangi ketidakseimbangan informasi di antara keduanya.”

PENDANAAN

Menurut (Sofia dan Lena Farida pada tahun, 2017) menyatakan bahwa:

“Keputusan dibuat berdasarkan kombinasi dana terbaik yang direncanakan industri untuk digunakan.”

KEBIJAKAN DEVIDEN

Menurut (Utami dan Ni Putu Ayu, 2018) menyatakan bahwa:

“Kebijakan deviden memastikan berapa banyak laba yang diperoleh industri pada investornya selaku deviden, ataupun laba ditahan untuk dipanankan modal di periode depan.”

NILAI INDUSTRI

Bagi (Fauziah dan Nadia Asandimitra) menyatakan bahwa:

“Industri yang selalu mengalami pertumbuhan merupakan pencapaian yang baik, dan menjadi tolak ukur misi industri. Peningkatan nilai industri akan meningkatkan kesejahteraan investornya.”

III. METODE

Kuantitatif merupakan jenis riset yang akan penulis gunakan untuk riset ini.

Tabel III. 2 Sample Riset

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	AKRA	PT. AKR Corporindo Tbk.
2	ASII	PT. Astra Internasional Tbk.
3	BBCA	PT. Bank Central Asia Tbk.
4	BBRI	PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk.
5	BMRI	PT. Bank Mandiri Tbk.
6	CPIN	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
7	INTP	PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.
8	SMGR	PT. Semen Indonesia Tbk.
9	SMRA	PT. Summarecon Agung Tbk.
10	UNTR	PT. United Tractors Tbk.
11	UNVR	PT. Unilever Indonesia Tbk.
12	GGRM	PT. Gudang Garam Tbk.
13	HMSP	PT. H.M Sampoerna Tbk.
14	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
15	INDF	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
16	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk.

Pengumpulan Data

Data inferior di hendak dipakai ialah informasi keuangan tahunan di industri IDX 30 yang tertera di Bursa Efek Indonesia rentang waktu 2016-2020. Riset ini menggunakan sumber informasi yang bisa didapat dari Informasi Keuangan dari web otoritas Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) tahun 2016-2020.

Data Deskriptif

Bagi Ghazali (2018, 19) menyatakan bahwa:

“Data yang diamati tercermin dalam data deskriptif melalui nilai umum (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, jumlah, rentang kurtosis dan skewness..”

Pengujian Asumsi Klasik

Bagi Rochmat (2016, 107) menyatakan bahwa :

“Eksperimen Asumsi Klasik memeriksa normalitas residual, Kolinearitas Ganda, autokorelasi dan heteroskedastisitas dalam model regresi..”

Pengujian Normalitas

Bagi Rochmat (2016, 119) menyatakan bahwa :

“Percobaan normalitas digunakan untuk berupaya apakah nilai residual yang didapat dari regresi terdistribusi alami atau tidak. Percobaan Kolmogorov-Smirnov untuk mencoba normalitas residual. Percobaan Kolmogorov-Smirnov mempunyai patokan didalam pengumpulan ketetapan, semacam:

- Bila nilai signifikansi > 0.05 sehingga residual terdistribusi normal.
- Bila nilai signifikansi < 0.05 sehingga residual terdistribusi tidak normal.

Pengujian Kolinearitas Ganda

Bagi Rochmat (2016, 133) menyatakan bahwa :

“Percobaan Multikolinieritas dipakai untuk mencoba apakah model regresi ditemui adanya hubungan antarvariabel bebas.”

Strategi diamati dari tolerance value ataupun variance inflation factor (VIF):

- Bila nilai VIF < 10 serta nilai tolerance > 0.10 sehingga diklaim tidak terjalin multikolinieritas.
- Bila nilai VIF > 10 serta nilai tolerance < 0.10 sehingga diklaim terjalin multikolinieritas.

Pengujian Heteroskedastisitas

Bagi Rochmat (2016, 146) menyatakan bahwa :

“Percobaan Heteroskedastisitas bermaksud untuk mencoba apakah didalam model regresi terjalin ataupun ada ketidaksamaan varians dari residual dari suatu observasi ke observasi yang lain.”

Model regresi yang terkabul persyaratan ialah dimana ada keakraban perbedaaan dari sisa anggapan yang satu dengan yang yang lain bertahan ataupun diucap Homoskedastisitas. selanjutnya ini adalah:

- Titik-titik menabur di atas serta di dasar nilai 0 pada sumbu Y, sehingga bisa ditarik kesimpulan tidak terjalin Heteroskedastisitas pada model regresi.
- Bila membuat pola khusus semacam membuat pola yang tertib sehingga bisa ditarik kesimpulan model regresi membawa alamat terjalin Heteroskedastisitas.

Pengujian Autokorelasi

Bagi Rochmat (2016, 141) menyatakan bahwa :

“Percobaan Autokorelasi bermaksud untuk membagi apakah didalam model regresi linear ada hubungan antara kekeliruan pengacau pada rentang waktu t dengan kekeliruan pengacau pada rentang waktu lebih dahulu.” Penemuan autokorelasi yang mengaitkan nilai Durbin Weston selaku selanjutnya:

- Apabila d lebih kecil dari dL, atau lebih besar dari (4- dL), alhasil asumsi ditolak dan dapat ditetapkan jika ada autokorelasi.
- Apabila d ada antara dU dan (4- dU), alhasil asumsi didapat dan dapat ditetapkan jika tidak ada ikatan.
- Apabila d ada antara dL dan dU atau diantara (4- dU) dan (4- dL), alhasil tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Analisa Regresi Linear Berganda

Bagi Suyono (2018, 5) didalam novel yang bertajuk Analisa Regresi untuk Riset melaporkan kalau:

“Model regresi linier simpel yakni model probalistik yang melaporkan ikatan linier antara 2 elastis dimana salah satu elastis dikira mempengaruhi elastis yang lain.” Model dari pertemuan regresi linear berganda yakni selaku selanjutnya:

$$PBV = \alpha + \beta_1 PER + \beta_2 DER + \beta_3 DPR + \epsilon$$

Keterangan:

PBV = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

PER = Keputusan Investasi

DER = Pendanaan

DPR = Kebijakan Dividen

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi tiap X

ϵ = Error

Pengujian Hipotesis

Hipotesis terdiri dari:

Pengujian T (Parsial)

Didalam pengujian ini dituntaskan dengan memakai 0,05. Ada pula langkah-langkah pemutusan ketetapan dalam percobaan t factual, selaku selanjutnya:

- Bila nilai kebutuhan 0,05, pemikiran ditolak (koefisien relaps tidak berarti). Ini mengisyaratkan kalau hingga batasan khusus variable bebas mempengaruhi variable terikat.
- Dalam perihal nilai besar 0,05, filosofi itu diakui (koefisien relaps besar). Ini mengisyaratkan kalau hingga tingkatan khusus variable bebas pada dasarnya mempengaruhi variable terikat.

Pengujian F (Simultan)

Pada dasarnya Percobaan Data F membuktikan apakah seluruh factor leluasa tercampur. Untuk mencoba filosofi ini, pengukuran F dipakai dengan ketentuan opsi yang menyertai:

- Dalam perihal berharga sig. 0,05 sehingga model tidak sesuai dengan situasi relaps.
- Bila berharga sig. 0,05 sehingga model bugat dari situasi relaps.

Pengujian R² (Analisa Koefisien Determinasi)

Bagi Ghazali (2018, 97) berpendapat bahwa :

“Koefisien Jaminan model mengukur jumlah minimal perubahan yang dijelaskan oleh kekuatannya. Model dengan koefisien jaminan satu memiliki model yang menjelaskan perubahan dengan sempurna dan tidak ada yang sebaliknya.”

IV. HASIL

Data Deskriptif.

Gambar IV.1
Hasil Pengujian Data Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEPUTUSAN PENANAMAN MODAL	44	24.43	804.57	108.5550	126.74143
PENDANAAN	44	.19	1.74	.7716	.42521
KEBIJAKAN DEVIDEN	44	.01	.77	.3946	.17271
NILAI INDUSTRI	44	.02	6.11	2.5866	1.75223
Valid N (listwise)	44				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Bersumber pada table di atas, keterangan akibat percobaan aktual yang mencerahkan ditafsirkan selaku selanjutnya:

- a. Keputusan Penanaman modal
 Keputusan penanaman modal mempunyai nilai minimal 24,43 serta nilai maksimal 804,57. nilai pada umumnya ataupun Mean sebesar 108,5550 serta nilai deviasiasi sebesar 126,74143. nilai pada umumnya ataupun Mean yang diperoleh ketetapan pemodalannya lebih besar dibanding nilai deviasiasinya. Perihal ini membuktikan kalau edaran data lumayan baik untuk di percobaan.
- b. Pendanaan
 Pendanaan mempunyai nilai minimal 0,19 serta nilai maksimal 1,74. nilai pada umumnya ataupun Mean sebesar 0,7716 serta nilai deviasiasi sebesar 0,42521. nilai pada umumnya ataupun Mean yang diperoleh pendanaan lebih besar dibanding nilai deviasiasinya. Perihal ini membuktikan kalau edaran data lumayan baik untuk di percobaan.
- c. Kebijakan Deviden
 Kebijakan Deviden mempunyai nilai minimal 0,01 serta nilai maksimal 0,77. nilai pada umumnya ataupun Mean sebesar 0,3946 serta nilai deviasiasi sebesar 0,17271. nilai pada umumnya ataupun Mean yang diperoleh kebijaksanaan deviden lebih besar dibanding nilai deviasiasinya. Perihal ini membuktikan kalau edaran data lumayan baik untuk di percobaan.
- d. Nilai Industri
 Nilai Industri mempunyai nilai minimal 0,02 serta nilai maksimal 6,11. nilai pada umumnya ataupun Mean sebesar 2, 5866 serta nilai deviasiasi sebesar 1,75223. nilai pada umumnya ataupun Mean yang diperoleh nilai industri lebih besar dibanding nilai deviasiasinya. Perihal ini membuktikan kalau edaran data lumayan baik untuk di percobaan.

Pengujian Asumsi Klasik
Pengujian Normalitas

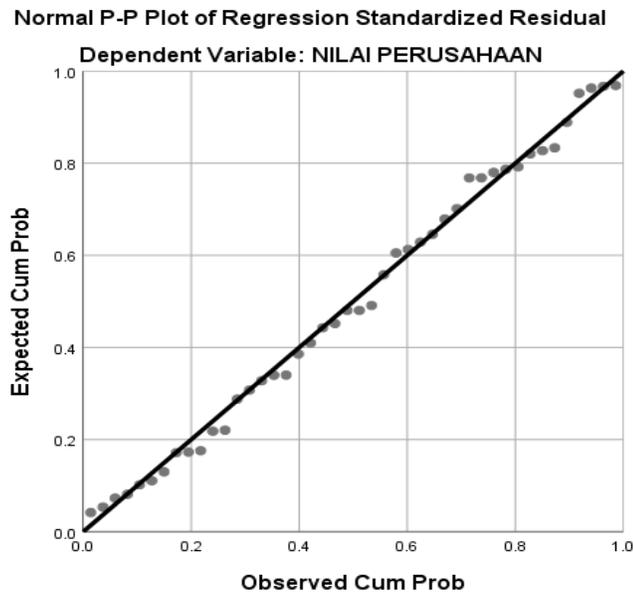
Gambar IV.2
Hasil Pengujian Normalitas

One-SampleKolmogorov-SmirnovTest		
		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.15624134
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.061
	Negative	-.072
TestStatistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Dapat dilihat bahwa hasil pengujian Kolmogorov Smirnov setelah dilakukan outlier membuktikan kalau data yang didapat berdistribusi wajar Bersumber pada hasil output diperoleh nilai Kolmogorov Smirnov sebesar 0,072 yang berarti 0,05 pada 0,200. Oleh sebab itu, data berdistribusi wajar sehabis memakai tata cara outlier, model regresi penuh anggapan normalitas, dan layak untuk menggunakan model regresi linier berganda.

Gambar IV.3
Pengujian Normalitas probability plot



Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Bersumber pada Lukisan IV3, bisa diamati kalau titik-titik data faktual ada di selama diagonal, yang membuktikan kalau data dalam riset bisa dipakai sebab data tersebut berdistribusi normal.

Pengujian Multikolinieritas

Gambar IV.4
Hasil Pengujian Kolinearitas Ganda

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	5.457	.739		7.382	.000			
	KEPUTUSAN	.005	.002	.386	3.121	.003	.710	1.408	
	PENANAMAN MODAL								
	PENDANAAN	-3.729	.523	-.905	-7.132	.000	.676	1.478	
	KEBIJAKAN DEVIDEN	-1.452	1.202	-.143	-1.207	.234	.775	1.290	

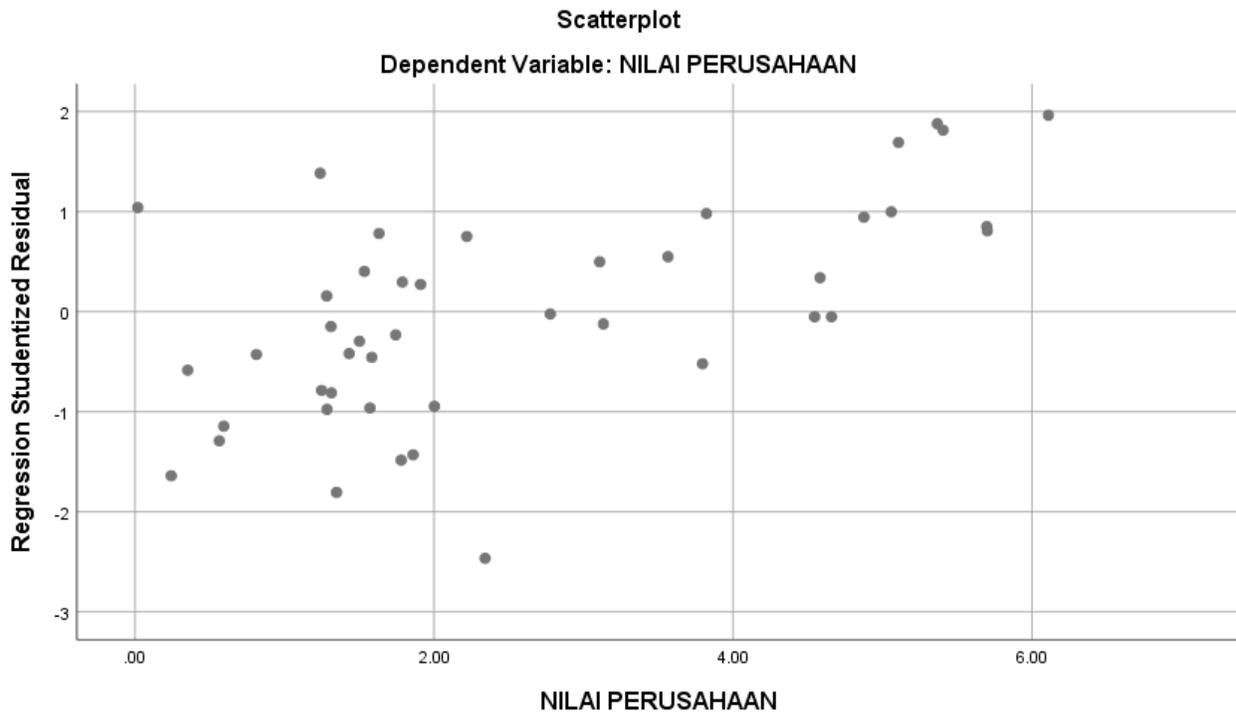
a. Dependent Variable: NILAI INDUSTRI

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Bersumber pada Hasil Percobaan Kolinearitas Ganda yang ada pada gambar IV.4 diperoleh kalau Nilai VIF dari 3 variable bebas didalam riset ini ialah Ketetapan Pemodalan, Pendaan serta Kebijakan Deviden <10 serta nilai tolerance 0,1. Perihal ini membuktikan kalau tidak terjalin Kolinearitas Ganda didalam model regresi ini.

Pengujian Heteroskedastistas

Gambar IV.6
Hasil Pengujian Heteroskedastistas



Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Bersumber pada hasil Gambar IV. 6 diatas diperoleh wujud Scatter Alur. Titik- titik yang menabur dengan cara random diatas 0 (nihil) serta dibawah 0 (nihil) pada elastis Y tidak membuat pola. Perihal ini bisa ditetapkan kalau tidak terjalin heteroskedastisitas didalam model regresi pada riset ini.

Pengujian Autokorelasi

Gambar IV.5
Hasil Pengujian Autokorelasi

Model Summary ^b					
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.751 ^a	.565	.532	1.19882	1.311
a. Predictors: (Constant), KEBIJAKAN DEVIDEN, KEPUTUSAN PENANAMAN MODAL, PENDANAAN					
b. Dependent Variable: NILAI INDUSTRI					

Sumber:

Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Hasil autokorelasi pengujian Durbin-Watson adalah 1,311. Nilai ini akan dibandingkan dengan tabel DW — yang mengacu pada jumlah elastis dan tingkat kepercayaan 0,05, atau 5%, untuk setiap pengujian. Pengujian meliputi tiga elastis, dengan N mengacu pada 44 sampel yang digunakan dalam riset. Saat menerapkan rumus $d(1.311) < d_u(1.6647) < 4-d_u(2.3353)$, tersirat bahwa $d_u(1.6647) > d(1.311) < 4-d_u(2.3353)$. Hal ini berarti terdapat autokorelasi pada hasil pengujian, sehingga dapat ditetapkan bahwa ketiga elastis tersebut berkorelasi satu sama lain berdasarkan bukti tersebut..

Analisa Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda pada riset ini bermaksud untuk mempelajari ketetapan pemodal, pendanaan, serta kebijakan deviden kepada nilai industri. Model pertemuan regresi linier berganda yakni selaku selanjutnya:

Gambar IV.8
Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.457	.739		7.382	.000
KEPUTUSAN PENANAMAN MODAL	.005	.002	.386	3.121	.003
PENDANAAN	-3.729	.523	-.905	-7.132	.000
KEBIJAKAN DEVIDEN	-1.452	1.202	-.143	-1.207	.234

a. Dependent Variable: NILAI INDUSTRI

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Bersumber pada hasil percobaan regresi linier berganda pada gambar IV. 8 diatas sehingga bisa ditarik pertemuan regresi linier berganda selaku selanjutnya:

$$PBV = 5,457 + 0,005.PER - 3,729.DER - 1,452.DPR + \epsilon$$

- Nilai konstanta sama dengan 5,457. Nilai ini dapat diartikan sebagai nilai industri dari semua elastis dependen ketika mereka sama dengan nol.
- Nilai koefisien keputusan penanaman modal, X1, adalah 0,005. Artinya ketika keputusan untuk berpenanaman modal meningkat sebesar 1% maka nilai industri akan meningkat sebesar 0,005%. Selain itu, 5.452 faktor lain di luar riset ini diyakini mempengaruhi nilai yang dirasakan industri.
- Koefisien pendanaan — X2 — adalah -3.729. Menerapkan koefisien ini berarti bahwa ketika pendanaan meningkat sebesar 1 unit, nilai industri atau Nilai Bisnis Publik turun sebesar -3.729. Hal ini karena elastis lain di luar riset ini mempengaruhi nilai.
- Koefisien kebijakan dividen — dilambangkan X3 — adalah -1,452. Ini berarti bahwa nilai manfaat publik suatu industri menurun sebesar 1,452 ketika kebijakan dividen tumbuh sebesar 1 unit. Setiap perubahan nilai industri yang disebabkan oleh elastis atau faktor lain tidak diperiksa dalam riset ini..

Pengujian Parsial (t-test)

Hasil Pengujian Parsial (Pengujian data-T)

Pengujian Parsial ialah pengujian di mana hasil setiap elastis independen dibandingkan dengan temuan elastis dependen. Pengujian data t, menurut Ghozali (2018, 98)

Gambar IV.9
Hasil Pengujian Parsial (t-test)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.457	.739		7.382	.000
	KEPUTUSAN	.005	.002	.386	3.121	.003
	PENDANAAN	-3.729	.523	-.905	-7.132	.000
	KEBIJAKAN DIVIDEN	-1.452	1.202	-.143	-1.207	.234

a. Dependent Variable: NILAI INDUSTRI

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

- a. Keputusan untuk berpenanaman modal mempengaruhi nilai industri.
 Dengan memeriksa tabel IV.9, kita dapat melihat bahwa pengujian hipotesis signifikansi parsial, atau pengujian-T, menunjukkan tingkat signifikansi untuk elastis yang diuji sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa elastis yang diuji memiliki nilai signifikan — sehingga menyiratkan bahwa keputusan penanaman modal berdampak kepada nilai industri. Oleh karena itu, dapat ditetapkan bahwa keputusan penanaman modal berdampak kepada nilai industri.
- b. Karena pendanaannya, industri memiliki dampak yang signifikan kepada nilai industri.
 Dengan memeriksa tabel IV.9, kita dapat melihat bahwa pengujian hipotesis untuk signifikansi parsial elastis menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa nilai industri dipengaruhi oleh pendanaan; Oleh karena itu, dapat ditetapkan bahwa pendanaan mempengaruhi nilai industri.
- c. Dengan mengubah kebijakan dividen industri, nilainya dapat terpengaruh.
 Tabel IV.9 menunjukkan hasil yang signifikan secara parsial untuk elastis pengujian-T yang berhubungan dengan kebijakan dividen. Artinya dampak dividen kepada nilai industri signifikan sebesar $0,234\% > 0,05\%$. Akibatnya, dapat ditetapkan dari hasil ini bahwa dividen tidak memiliki efek yang mempengaruhi nilai pada industri. Dengan demikian, dapat ditetapkan bahwa dividen tidak berdampak kepada nilai industri..

Hasil Pengujian Simultan (Pengujian Data F)

Percobaan simultan dicoba dengan tujuan untuk mengenali apakah keseluruhan elastis bebas yang ada pada riset ini dengan cara totalitas mempengaruhi kepada elastis terbatas. Bila nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga elastis bebas pantas dipakai untuk membagi elastis terbatas.

Gambar IV.10
Hasil Pengujian Simultan (Pengujian f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.536	3	24.845	17.288	.000 ^b
	Residual	57.486	40	1.437		
	Total	132.023	43			
a. Dependent Variable: NILAI INDUSTRI						
b. Predictors: (Constant), KEBIJAKAN DEVIDEN, KEPUTUSAN PENANAMAN MODAL, PENDANAAN						

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Berasal pada hasil eksperimen f pada gambar IV.10 hasil nilai f jumlah 17,288 lebih besar dari nilai f denah sebesar 2,816 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari nilai 0,05. Dari hasil eksperimen f diatas ditetapkan jika model riset yang dicoba dikatakan dapat didapat karena nilai signifikansi dibawah 0,05 dan Fhitung Ftabel. Alhasil asumsi keempat didalam riset ini (H4) bisa diperoleh.

Gambar IV.7
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.751 ^a	.565	.532	1.19882
a. Predictors: (Constant), KEBIJAKAN DEVIDEN, KEPUTUSAN PENANAMAN MODAL, PENDANAAN				
b. Dependent Variable: NILAI INDUSTRI				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan SPSS Versi 25.

Bersumber pada bagan IV. 7, diperoleh nilai Adjusted R Square 0,565 ataupun nilai itu mendekati nihil, yang berarti daya ketetapan pemodal, pendanaan serta kebijakan dividen dalam menerangkan elastis nilai industri.

V. KESIMPULAN

Makalah ini menggunakan sampel data dari 23 industri Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek BEI antara tahun 2016 dan 2020. Hasil diskusi dan analisa sebelumnya dirangkum dalam paragraf ini. Hasil ini menyatakan bahwa keputusan penanaman modal yang dilakukan oleh industri berdampak signifikan kepada nilai perusahaannya. Hal ini ditunjukkan dengan perbandingan antara nilai industri dan keuntungan pemegang saham yang diperoleh, yang menunjukkan korelasi yang kuat: $0,003 < 0,05$, atau H_0 valid dan H_a tidak valid; $T_{hitung} = 3,121 < T_{tabel} 2,021$. Pendanaan bisnis dengan pembiayaan ekuitas bukan utang memiliki dampak yang signifikan kepada nilai industri. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi pendanaan sebesar $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $7,132 < t_{tabel} 2,021$. Artinya hipotesis bahwa pendanaan mempengaruhi nilai industri diterima, dan hipotesis tidak ditolak. Selain itu, dampak kebijakan dividen kepada nilai industri telah dipelajari dengan mengukur DPR, atau rasio pembayaran dividen; ini mengukur dividen sebagai persen dari total pendapatan. Efek dari

pengukuran ini ternyata tidak signifikan; signifikan dengan tingkat signifikansi DPR sebesar $0,234 > 0,05$, dan dengan nilai $T_{hitung} 1,207 <$ dari $T_{tabel} 2,021$. Singkatnya, ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa dividen tidak mempengaruhi nilai industri ditolak, sedangkan hipotesis yang menyatakan bahwa dividen tidak mempengaruhi nilai industri diterima. Berdasarkan Tabel 2.816 dari bagian 2, Nilai Industri menurun ketika 17,288% atau lebih keputusan Kebijakan Pendanaan, Penanaman modal dan Dividen dibuat secara bersamaan. Hal ini dikarenakan keputusan simultan memiliki nilai F_{hitung} lebih kecil dari 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Amra, A., & Herawati, H. (2011). Dampak Keputusan Penanaman modal, Keputusan Pendanaan, Dan Kebijakan Dividen Kepada Nilai Perusahaan. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Auditing*, 1–16. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v0i0.5122>
- Haryadi, E. (2016). Dampak Size Perusahaab, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas Dan Keputusan Penanaman modal Kepada Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 84–100.
- Komala, P. S., Endiana, I. D. M., Kumalasari, P. D., & Rahindayati, N. M. (2021). Dampak Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Keputusan Penanaman modal Dan Keputusan Pendanaan Kepada Nilai Perusahaan. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 40–50.
- Pili, Y., Utami, P. A. S., & Yanti, N. L. P. E. (2018). Faktor – Faktor Yang Berhubungan Dengan Kebersihan Gigi Dan Mulut Pada Lansia. *Jurnal Ners Widya Husada*, 5(3), 95–104.
- Pristina, F. A., & Khairunnisa. (2019). Analisis Dampak Kebijakan Dividen , Keputusan Penanaman modal Dan Keputusan Pendanaan Kepada Nilai Perusahaan. *JURNAL ASET (AKUNTANSI RISET)*, 11 (1), 2019, 123-136 Analisis, 11(1), 123–136.
- Tarima, G., Parengkuan, T., & Untu, V. (2016). Dampak Profitabilitas, Keputusan Penanaman modal dan Keputusan Pendanaan kepada Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bei Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 465–474.
- Suardana, I. K., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2020). Dampak` Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Penanaman modal, Dan Ukuran Perusahaan Kepada Nilai Perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset` Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2(2), 137-155.
- Suryandani, Atika. 2018. Dampak Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Penanaman modal Kepada Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate. *Journal Management*. Universitas Muria Kudus.

Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT. Teguh Pesona

Eunike Febe Josephine¹⁾¹, Sugandha²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾eunike1995@gmail.com

²⁾sugandha.sugandha@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Motivasi 1
Disiplin Kerja 2
Lingkungan Kerja 3
Kinerja Karyawan 4

Abstrak

“Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) hubungan antara motivasi dan kinerja karyawan, (2) hubungan antara kinerja karyawan dengan etos kerja, dan (3) hubungan antara kinerja karyawan dengan lingkungan kerja. Pendekatan penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Peneliti memberikan kuesioner kepada 100 responden untuk menguji data, dan SPSS versi 26 digunakan untuk menganalisis data. Hasil uji hipotesis diperoleh t hitung motivasi sebesar 10.952, disiplin kerja sebesar 5.138, dan lingkungan kerja sebesar 2.996. Hasil ini memiliki t tabel sebesar 1,660715 (Derajat Kebebasan/df), n-k = 100 - 3, dan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria tersebut kemudian menunjukkan bahwa H₀ disetujui dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis pengaruh lingkungan kerja, disiplin kerja, dan motivasi terhadap kinerja karyawan menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima karena F hitung > F tabel dan nilai f hitung sebesar 252.007 dengan nilai f tabel sebesar 3,09 dan tingkat signifikan 0,000. Jika ada motivasi, disiplin kerja, dan lingkungan, maka ada hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan kinerja karyawan. Hal ini dikatakan mampu meningkatkan kinerja pegawai”.

I. PENDAHULUAN

Kinerja karyawan termasuk dalam kategori luas masalah manusia yang dicakup oleh HRM. Komponen penting yang mungkin mempengaruhi operasi perusahaan secara keseluruhan adalah kinerja karyawan. Salah satu komponen terpenting dari sebuah perusahaan adalah tenaga kerjanya. Motivasi, etos kerja, dan lingkungan kerja yang positif semuanya dapat berdampak pada kinerja karyawan.

Motivasi yang tepat menimbulkan dorongan didalam membentuk etos kerja seseorang yang membuat mereka mau bekerjasama secara efektif dan berpadu dengan segala kemampuannya dan kepuasan, selanjutnya motivasi ini bisa mendorong perilaku atau dukungan seseorang sehingga mau bekerja keras dan bersemangat untuk memperoleh hasil terbaik. Semakin tingginya motivasi karyawan, semakin produktif perusahaan. Karyawan dengan motivasi kerja yang baik artinya bahwa peningkatan kinerja karyawan tersebut secara menyeluruh. Memotivasi karyawan sangat diperlukan, karena dengan memotivasi kinerja karyawan akan naik, maka perlu memperhatikan motivasi kerja setiap karyawan dari pihak manajemen perusahaan. Minimnya motivasi bekerja bisa mengurangi kinerja karyawan,

sehingga tidak akan bekerja sesuai ketentuan perusahaan, dan bisa berdampak pada tidak tercapainya tujuan perusahaan dan bisa menimbulkan kerugian.

Disiplin kerja. Tanpa adanya penerapan disiplin karyawan, akan berakibat pada tidak tercapainya tujuan perusahaan. Oleh karena itu, disiplin merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan tujuannya. Kinerja karyawan termasuk dalam subjek umum masalah manusia yang dihadapi HRM. Kinerja karyawan merupakan faktor penting yang mungkin berdampak pada operasi perusahaan secara keseluruhan. Staf adalah salah satu elemen perusahaan yang paling penting. Kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk motivasi, etos kerja, dan lingkungan kerja yang menguntungkan.

Karyawan dan tempat kerja memiliki hubungan langsung. Kinerja karyawan dapat meningkat dalam lingkungan kerja yang mendukung, dan sebaliknya; di sisi lain, kinerja karyawan turun dalam lingkungan kerja yang tidak mendukung. Ketika pekerja produktif, sehat, aman, dan menyenangkan, lingkungan kerja terlihat kondusif. Hasil selama periode waktu yang lama menunjukkan seberapa cocok tempat kerja tersebut.

Kinerja pada karyawan diharap mampu menaikkan hasil dari perusahaan sehingga dapat berkompetisi dengan perusahaan yang lain. Perusahaan dengan kinerja dan semangat tinggi didalam bekerja mampu menyokong perwujudan target perusahaan.

Didalam rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Guna menguji hubungan motivasi yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Teguh Pesona.
2. Guna menguji hubungan disiplin kerja yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Teguh Pesona.
3. Guna menguji hubungan lingkungan kerja yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Teguh Pesona.
4. Guna menguji hubungan antara motivasi, disiplin kerja, dan lingkungan kerja yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Teguh Pesona.

II. LANDASAN TEORI

Motivasi Kerja

Menurut Hasibuan dalam (Djendoko, 2020) :

“Motivasi ialah perangsang keinginan, daya penggerak yang melatarbelakangi kemauan seseorang untuk bekerja karena setiap motivasi mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai”

Disiplin Kerja

Menurut Sutrisno (2019:86) dalam (kamal dalam ningsih, 2017) :

“Disiplin memperlihatkan kondisi atau sikap karyawan untuk menghormati aturan dan peraturan organisasi ”

Lingkungan Kerja

Menurut M. Busro (2017:301) :

“Lingkungan kerja ialah sesuatu yang ada dalam suatu organisasi, termasuk lingkungan fisik, sosial, dan virtual, yang dapat dipergunakan untuk terus meningkatkan kinerja karyawan dan kinerja perusahaan”

Kinerja Karyawan

Menurut Rivai dan Basri, Sinambela (2017) dalam (Afandi, 2018) :
“Kinerja pegawai ialah salah satu faktor keberhasilan dalam menentukan pencapaian tugas individu dan dapat menentukan kinerja organisasi”

BAB III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian kuantitatif, dan SPSS versi 26 digunakan untuk menganalisis data.

Objek Penelitian

Karyawan PT. Pesona Teguh menjabat sebagai subjek penelitian penulis dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel

135 pekerja PT. Teguh Pesona menjadi populasi dalam penelitian ini. 100 pekerja di PT. Firm Enchantment menjadi sampel penelitian ini. Penelitian ini mempergunakan rumus Slovenia karena dan tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel ialah 5%.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskripsi Data

Sugiyono (2017:147) dalam (Azhari, 2017) menjelaskan sebagai berikut:

“Analisis deskriptif ialah jenis data statistik yang dipergunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan apa adanya, tanpa maksud untuk menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

2. Frekuensi Data

Data sering dikumpulkan dan diperoleh dalam jumlah yang banyak, sehingga menyulitkan kita untuk mengidentifikasi karakteristik data, sehingga perlu untuk mengatur atau mengatur sejumlah besar data ke dalam kelompok data sesuai dengan karakteristiknya, sehingga lebih mudah bagi kita untuk menganalisis data sesuai dengan kebutuhan kita.

3. Uji Validitas

Sugiyono (2017,430) menyatakan bahwa :

“Validitas ialah tingkat keakuratan antara data yang muncul pada subjek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”

IV. HASIL

1. Data Responden

a. Deskripsi data responden didalam jenis kelamin

Data responden didalam jenis kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Pria	40	40%
Wanita	60	60%
Total	100	100%

Sumber : Data Kuesioner

Tabel tersebut mengungkapkan bahwa, dari 100 responden, ada 40 pria dan 60 wanita, atau masing-masing 40% dan 60%, dari responden pria dan wanita. Sehingga dapat diartikan karakteristik responden terbanyak ialah wanita, yakni sejumlah 60 orang dengan persentase 60%.

b. Deskripsi data responden didalam usia

Data responden didalam usia

Usia	Responden	Persentase (%)
< 20	1	1%
20 – 30	44	44%
31 – 40	25	25%
41 – 50	20	20%
> 50	10	10%
Total	100	100 %

Sumber : Data Kuesioner

Berdasarkan tabel tersebut, ada 100 responden; responden berusia di bawah 20 tahun terdiri dari satu orang dengan persentase 1%; responden antara usia 20 dan 30 terdiri dari 44 individu dengan persentase 44%; responden antara usia 31 dan 40 terdiri dari 25 individu dengan persentase 25%; dan responden yang berusia di atas 50 tahun terdiri dari 10 orang dengan persentase 10%. Sehingga dapat diartikan karakteristik responden terbanyak berusia 20 – 30 tahun sejumlah 44 orang dengan persentase 44%.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Motivasi (X_1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.928	.930	10

Sumber data SPSS versi 26

Uji Reliabilitas Variabel Disiplin Kerja (X_2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.876	.874	10

Sumber data SPSS versi 26

Uji Reliabilitas Variabel Lingkungan Kerja (X_3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.918	.919	10

Sumber data SPSS versi 26

Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.847	.840	10

Sumber data SPSS versi 26

3. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1			
1	.942 ^a	.887	.884	2.422	.887	252.007	3	96	.000	2.634

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Motivasi

b. Dependent Variable: Kinerja_Karyawan

Sumber data SPSS versi 26

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa :

1. Koefisien korelasi sebesar 0,942 pada Kolom R. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang substansial antara kinerja dan motivasi karyawan (X1), etika kerja (X2), dan lingkungan kerja (X3).
2. Nilai 0,887 ditampilkan di kolom R Square. Angka ini, atau $0,942 \times 0,942 = 0,887$, adalah kuadrat dari koefisien korelasi. Nama lain dari R Square adalah koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun variabel lain mempengaruhi 10% sisanya ($100\% - 88,7\% = 11,3\%$) terhadap kinerja karyawan, komunikasi, disiplin kerja, dan lingkungan kerja mempengaruhi 88,7%. Karena R Square memiliki nilai yang berkisar dari 0 hingga 1, semakin tinggi angka R Square, dan sebaliknya, semakin kuat pengaruh variabel satu sama lain.
3. Penyesuaian kolom R Square adalah 0,884.
4. Standar Error kolom Estimasi adalah 2,422.
5. Nilai standar deviasi motivasi, disiplin kerja, dan lingkungan kerja pada tabel IV.56 Statistik Deskriptif di atas sebesar 6,598, lebih tinggi dari standar eror perkiraan yang hanya sebesar 2,422. Ini menunjukkan seberapa efektif model regresi ini untuk aplikasi.

4. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.184	1.359		2.342	.021		
	Motivasi	.737	.067	.619	10.952	.000	.368	2.719
	Disiplin Kerja	.349	.068	.283	5.138	.000	.386	2.589
	Lingkungan_K eria	.140	.047	.130	2.996	.003	.622	1.609

a. Dependent Variable: Kinerja_Karyawan
 Sumber data SPSS versi 26

Data pada tabel diatas dapat dilihat :

1. Nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel untuk melakukan uji t, yang digunakan untuk menentukan benar atau tidaknya hipotesis yang ada. Ini dilakukan dengan menggunakan kolom t.

Kriteria pengujian: Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka H₀ akan didiskualifikasi dan H_a diperbolehkan.

Dalam hal t (hitung) lebih kecil dari t tabel, maka hipotesis H₀ diperbolehkan sedangkan hipotesis H_a tidak.

2. Hitung t untuk motivasi dapat ditemukan pada kolom t, dan diketahui sebesar 10,952. Nilai yang diperoleh dari distribusi t tabel adalah 1,660715 bila menggunakan tabel distribusi normal t bersamaan dengan uji tingkat kepercayaan (1-) 95%, tingkat kesalahan (α) 5%, dan derajat bebas (Derajat Kebebasan/df), n-k = 100 - 3 = 97. Dengan demikian, nilai t motivasi lebih besar dari nilai t tabel, atau 10,952 lebih besar dari 1,660714. Setelah itu, kondisi menunjukkan bahwa H₀ tidak dapat diterima sedangkan H_a dapat diterima.

3. Diketahui bahwa t hitung untuk disiplin kerja adalah 5,138 yang terdapat pada kolom t.

Nilai yang diperoleh dari distribusi t tabel adalah 1,660715 bila menggunakan tabel distribusi normal t bersamaan dengan uji tingkat kepercayaan (1-) 95%, tingkat kesalahan (α) 5%, dan derajat bebas (Derajat Kebebasan/df), n-k = 100 - 3 = 97. Akibatnya, nilai t (hitung) disiplin kerja lebih besar dari t tabel, yang dapat dinyatakan sebagai 5,138 lebih besar dari 1,660714. Setelah itu, kondisi menunjukkan bahwa H₀ tidak dapat diterima sedangkan H_a dapat diterima.

4. Nilai 2.996 yang dilambangkan sebagai t hitung untuk lingkungan kerja dapat ditemukan pada kolom t.

Nilai yang diperoleh dari distribusi t tabel adalah 1,660715 bila menggunakan tabel distribusi normal t bersamaan dengan uji tingkat kepercayaan (1-) 95%, tingkat kesalahan (α) 5%, dan derajat bebas (Derajat Kebebasan/df), n-k = 100 - 3 = 97. Oleh

karena itu, nilai t (hitung) di lingkungan kerja lebih tinggi dari t tabel, atau 2,996 lebih besar dari 1,660714. Setelah itu, kondisi menunjukkan bahwa H_0 tidak dapat diterima sedangkan H_a dapat diterima.

5. Pada kolom Sig. dipergunakan untuk pengujian probabilitas.

Kriteria pengujian :

Jika probabilitas < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

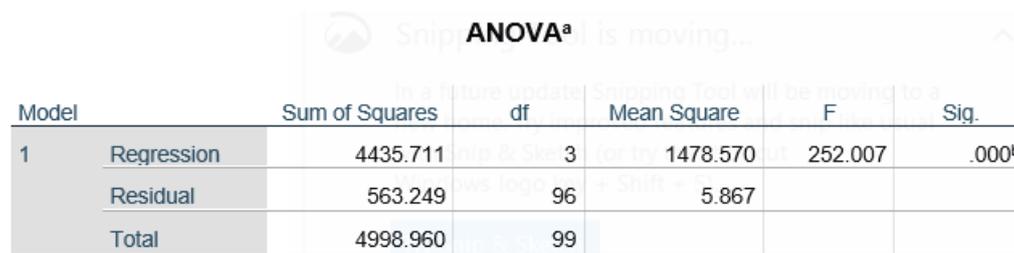
Jika probabilitas > 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak

6. Terlihat pada kolom Sig. diketahui bahwa nilai probabilitas dari motivasi 0.000 atau probabilitas dibawah 0.05 sehingga maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau regresi signifikan atau motivasi benar berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

7. Terlihat pada kolom Sig. diketahui bahwa nilai probabilitas dari disiplin kerja 0.000 atau probabilitas dibawah 0.05 sehingga maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau regresi signifikan atau disiplin kerja benar berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

8. Terlihat pada kolom Sig. diketahui bahwa nilai probabilitas dari lingkungan kerja 0.003 atau probabilitas dibawah 0.05 sehingga maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau regresi signifikan atau lingkungan kerja benar berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

5. Uji F



Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4435.711	3	1478.570	252.007	.000 ^b
	Residual	563.249	96	5.867		
	Total	4998.960	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan_Kerja, Disiplin_Kerja, Motivasi

Sumber data SPSS versi 26

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa :

Berdasarkan hasil uji ANOVA, faktor F (hitung) yang meliputi motivasi, disiplin kerja, dan lingkungan kerja memiliki nilai sebesar 252,007 dan taraf signifikan 0,000 0,05. Selain itu, faktor F hitung ditemukan lebih besar dari faktor F tabel yang memiliki nilai 3,09. Akibatnya, hipotesis nol H_0 terbantahkan sedangkan hipotesis nol alternatif H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh linier antara variabel kinerja dan motivasi karyawan, disiplin kerja, dan lingkungan kerja. Jika ini masalahnya, model regresi valid dan bisa diterapkan.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan

- a. Karena koefisien korelasi untuk variabel motivasi (X1) dihitung sebesar 0,914, yang mendekati 1 dan lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara motivasi dengan kinerja karyawan. Disiplin kerja dan kinerja karyawan berkorelasi positif dan signifikan, ditunjukkan oleh koefisien korelasi variabel disiplin kerja (X2) yang dihitung sebesar 0,834, yang mendekati 1 dan lebih dari 0,05. Disiplin kerja dan kinerja karyawan memiliki hubungan yang positif dan signifikan, hal ini ditunjukkan oleh variabel lingkungan kerja (X3) yang menunjukkan hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,656 yaitu mendekati 1 dan lebih dari 0,05. Efek yang menguntungkan menunjukkan bagaimana peningkatan etos kerja, motivasi, dan lingkungan akan berdampak pada seberapa baik kinerja pekerja di PT. Pesona Tegas.
- b. Angka R Square adalah 0,887, sesuai dengan perhitungan koefisien determinasi atau kolom R Square. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun variabel lain mempengaruhi 10% sisanya ($100\% - 88,7\% = 11,3\%$) terhadap kinerja karyawan, komunikasi, disiplin kerja, dan lingkungan kerja mempengaruhi 88,7%.
- c. Distribusi nilai t tabel untuk variabel motivasi (X1) adalah 1,660715. Akibatnya $10,952 > 1,660714$, atau t (hitung) motivasi lebih besar dari nilai t tabel. Kriteria tersebut kemudian menunjukkan bahwa H_0 disetujui dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi dan kinerja karyawan berkorelasi kuat.
- d. Distribusi nilai t tabel untuk variabel disiplin kerja (X2) adalah 1,660715. Dengan demikian, $5,138 > 1,660714$, atau t (hitung) disiplin kerja lebih besar dari nilai t tabel. Kriteria tersebut kemudian menunjukkan bahwa H_0 disetujui dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara disiplin kerja dengan kinerja pekerja.
- e. Nilai distribusi t tabel untuk variabel lingkungan kerja (X3) adalah 1,660715. $2,996 > 1,660714$, jika t (hitung) lingkungan kerja lebih besar dari nilai t tabel, maka kriteria tersebut menunjukkan bahwa H_0 disetujui dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ada korelasi yang kuat antara tempat kerja dan kinerja karyawan.
- f. Hasil uji simultan faktor motivasi (X1), disiplin kerja (X2), dan lingkungan kerja (X3) dengan nilai F (hitung) senilai 252,007 dan taraf signifikan 0,000 0,05 serta $F_{hitung} > F_{tabel} = 252,007 > 3,09$ ditampilkan. Akibatnya, H_0 diabaikan dan H_a diterima, menunjukkan bahwa ada hubungan linier antara faktor motivasi, etos kerja, dan lingkungan kerja dengan kinerja karyawan. Model regresi kemudian akurat dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. 2018. "Pengaruh Disiplin Kerja..., Beny Kurniawan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMP, 2019." 11–33.
- dan Sagala, Rivai. 2018. "Landasan Teori." *Landasanteori.Com* (2012):1–17.
- Dian, N., and N. Lina. 2020. "Pengaruh Komunikasi, Disiplin, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi Pt. Extrupack Bekasi Barat." *SI Manajemen* (3):1–25.
- Djendoko, D. 2020. "Motivasi Kerja." 7–18.
- Dr. Vladimir, Vega Falcon. 2017. "濟無No Title No Title No Title." *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*. 1(69):5–24.
- Ghozali. 2018. "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Keamanan, Privasi Terhadap Net Benefit Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening." *Journal of Chemical Information and Modeling* 51(9):1689–99.
- Hasibuan. 2017. "BAB 2." *Sereal Untuk* 91(5):1–10. doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- Hasibuan, Malayu S. .. 2017. "Pengaruh Reward Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di CV. Suja Tandhika Bandung." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Hasibuan, Sayuti. 2000. "Manajemen Sumber Daya Manusia : Pendekatan Non Sekuler,." *Muhammadiyah University Press* 12.
- Heny, Meda G. .. 2016. "Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Pegawai Dinas Pendapatan Kota Medan." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Jaelani, Akbar. 2019. "Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.

kamal dalam ningsih, 2021. 2017. "Bab Ii Kajian Teoritis 2.1." 9241(1999):7–25.

Lori, Putri. 2020. "Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang 2020." *Skripsi* 13.

Saputro, Egi, and Ahmad Darda. 2020. "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Pegawai." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 9(2):114–23. doi: 10.37932/j.e.v9i2.60.

sugiyono. 2017. "STIE Indonesia." 12.

Sugiyono. 2017a. "Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, Dan Konstruktif. Bandung: Alfabeta." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):8.

Sugiyono. 2017b. "Uji Formalitas." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.

Sutha. 2018. "Bab II Landasan Teori." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.

Pengaruh *Sales Growth* Dengan Ketidakpastian Lingkungan dan Kepemilikan Institusional Terhadap *Tax Avoidance* (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020)

Gebby^{1)*}, Susanto Wibowo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾ gebbynielwi@gmail.com

²⁾ clixcenter@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Sales Growth 1
Ketidakpastian Lingkungan 2
Kepemilikan Institusional 3
Tax Avoidance 4

Abstrak

Dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh sales growth, ketidakpastian lingkungan dan kepemilikan institusional terhadap tax avoidance. Pengukuran tax avoidance dalam penelitian ini menggunakan Effective Tax Rate (ETR).

Variabel independen yaitu sales growth, ketidakpastian lingkungan, dan kepemilikan institusional. Dalam analisis ini, sampel menggunakan data sekunder yang di peroleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020. Sampel ini diambil dengan metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 17 perusahaan tetapi setelah dilakukan uji outlier sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 48 selama periode pengamatan 4 tahun.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sales growth berpengaruh signifikan terhadap tax avoidance, ketidakpastian lingkungan berpengaruh signifikan terhadap tax avoidance sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap tax avoidance.

I. PENDAHULUAN

Harus sesuai dengan peraturan dalam UU yang berlaku, wajib pajak yang di pungut bersifat kontribusi. Tentunya, masyarakat yang melakukan kewajiban pajaknya tidak menerima imbalan balik secara instan, melainkan dialokasikan sebagai keperluan negara yang mendukung kesejahteraan rakyat (sesuai dengan UU Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sangat efektif untuk memperkuat basis perpajakan nasional). Republik Indonesia menganut Self-Assessment System, dimana fiskus seperti Direktorat Jenderal Pajak atau Pemerintah Daerah mempunyai tugas untuk membina, meneliti, mengawasi (control), dan menerapkan sanksi administrasi perpajakan, sedangkan wajib pajaknya

dipercaya untuk melakukan perhitungan, menetapkan, melaporkan, serta membayar pajaknya secara mandiri.

Sangatlah penting hal kepatuhan dalam membayar pajak, sebab penerimaan negara dari sektor perpajakan bisa mendongkrak. Tidak sedikit wajib pajak yang melakukan praktik tax avoidance. Manfaat paling nyata dari penghematan pajak adalah penghematan tunai dari penghematan pajak. Penghematan kas menyebabkan peningkatan arus kas bagi perusahaan, menciptakan lebih banyak peluang investasi dan meningkatkan nilai perusahaan. aset pemegang saham juga semakin tinggi dalam hal lebih banyak dividen, serta peningkatan nilai saham. Para manajer pula diberikan kompensasi buat manajemen pajak yang efektif. Faktanya, kompensasi manajer ialah penentu praktik tax avoidance dalam banyak kasus, dengan memanfaatkan celah dalam ketentuan perpajakan Negara, Tindakan ini sebetulnya tidak melanggar hukum (acceptable).

Pertambangan adalah salah satu sektor yang paling berpotensi melakukan tindakan tax avoidance, Sektor bergerak pada bidang penggalian, pengambilan simpanan mineral berharga serta bernilai ekonomis yang berasal dari kerak bumi, secara mekanis ataupun manual, di permukaan pada bagian bawah permukaan bumi dan juga air. Penghindaran pajak adalah legal, tetapi Tax Evasion adalah ilegal. Namun, bukan menutup kemungkinan keduanya bisa merugikan negara, secara tidak langsung Wajib Pajak yang melakukan tax avoidance tidak mendukung tujuan dibentuknya undang-undang perpajakan. Tetapi, upaya ini masih sering didampingi oleh praktik tax avoidance. bahkan tidak sedikit perusahaan yang melakukan tax avoidance (Budiman & Setiyono, 2012).

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Tax Avoidance

Menurut (Pasaribu, Topowijaya, 2018), Tax Avoidance adalah upaya resmi secara hukum dengan memanfaatkan peraturan dibidang pajak secara optimal yang diterapkan perusahaan seperti, meminimalisir beban dan pengurangan yang diizinkan atau memanfaatkan untuk mencari kelemahan dalam peraturan perpajakan yang belum diatur dalam undang-undang yang sedang diterapkan.

2. Sales Growth

Menurut (Puspita & Febrianti, 2018), Sales Growth merupakan salah satu indikator dalam mengukur tingkat pertumbuhan perusahaan, Pertumbuhan penjualan menggambarkan sejauh mana perusahaan mencapai target dan strategi yang sudah disusun. Saat target dan strategi perusahaan berhasil tercapai, maka perusahaan akan memperoleh profit lebih tinggi.

3. Ketidakpastian Lingkungan

Menurut (Richard L. Daft, 2010), Ketidakpastian lingkungan adalah suatu faktor yang membuat organisasi wajib beradaptasi dengan lingkungan dampak perubahan kondisi untuk tetap bertahan.

4. Kepemilikan Institusional

Menurut (Kadir, 2016), Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham dalam suatu perusahaan oleh suatu institusi, seperti perusahaan asuransi, perusahaan investasi, atau bank, dalam suatu perusahaan dimana perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh institusi tersebut dibagi dengan total modal saham yang ditempatkan. setidaknya 10% semua saham

dari Kepemilikan institusional memiliki dampak yang signifikan terhadap tata kelola perusahaan, karena dapat menyelaraskan kepentingan manajemen dengan kepentingan pemegang saham.

III. METODE

Penelitian ini menggunakan data pelaporan keuangan dari situs web www.idx.co.id dan data pelaporan tahunan perusahaan untuk perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017 sampai 2020 menggunakan data sekunder untuk mengolah data program. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan di dapatkan 48 sampel dari 12 perusahaan.

Operasional Variabel Penelitian

1. Sales Growth

Sales Growth adalah total penjualan perusahaan dalam aktivitasnya mencari laba maksimal. Secara matematis Sales Growth dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Sales\ Growth = Net\ Sales\ (t) \frac{Net\ Sales\ (t - 1)}{Net\ Sales\ (t - 1)} \times 100\%$$

2. Ketidakpastian Lingkungan

Ketidakpastian Lingkungan dalam penelitian ini dapat diukur memakai model yang digunakan oleh (Mawaddah & Darsono, 2022) yang mengukur ketidakpastian lingkungan dengan menggunakan volatilitas penjualan. Volatilitas penjualan merupakan standar deviasi penjualan selama tahun observasi dibagi dengan total aset untuk tahun berjalan. Berikut perumusan dari Volatilitas penjualan, Ketidakpastian Lingkungan diukur menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KL = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

3. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan Institusional adalah adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki institusional pada akhir tahun yang diukur dalam persentase saham yang dimiliki oleh investor institusional suatu perusahaan. Kepemilikan institusional dirumuskan sebagai berikut :

$$KI = \frac{Jumlah\ Saham\ yang\ dimiliki}{Jumlah\ Saham\ yang\ beredar} \times 100$$

4. Tax Avoidance

Menurut (Napitu & Kurniawan, 2016), ETR ini bertujuan untuk melestarikan laba akuntansi dengan memungkinkan perusahaan untuk mengurangi penghasilan kena pajak dan menghindari pajak perusahaan.

Rumus perhitungan ETR adalah sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda dan hipotesis ini diuji dengan program IBM 24 SPSS Statistic.

1. Uji Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2017), statistic deskripsi atau deskripsi data yang diamati menggunakan mean, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini merupakan analisis yang dilakukan untuk menilai kualitas data. Uji penerimaan klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2017), Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel independen dan dependen berdistribusi normal dalam model regresi. kesimpulannya adalah:

- Jika nilai Sig.K-S lebih besar dari 0,05 maka data retry normal.
- Untuk nilai Sig. Jika K-S < 0,05, data retry tidak normal.

b. Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2017), Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya hubungan antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Kriteria keputusan menurut aturan VIF adalah:

- Apabila nilai dengan VIF > 10 atau Tolerance < 0.10 dianggap sebagai gejala multikolinearitas.
- Apabila nilai VIF < 10 atau toleransi > 0,10 berarti tidak ada gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2017), Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji ada tidaknya varians residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Untuk uji Glejser, regresikan nilai absolut dari residual variabel independen dengan tingkat kepercayaan 5%. Alasan untuk menyelesaikan tes Glejser adalah:

- Jika nilai sig > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai sig < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2017), Autokorelasi terjadi karena pengamatan berturut-turut terkait satu sama lain dari waktu ke waktu. sesuai dengan penentuan berikut:

- Jika DW < DL atau DW > 4 DL, maka kesimpulannya adalah data tersebut autokorelasi.
- Jika DU < DW < 4-DU, maka kesimpulannya adalah data bebas dari autokorelasi.
- Tidak ada kesimpulan pasti jika DL < DW < DU atau 4-DL < DW < 4-DL.

3. Analisis adjusted R Square (Adjusted R Square)

Hasil R-kuadrat ditentukan oleh nilai-nilai R-kuadrat yang dipasang. Nilai R-kuadrat yang disesuaikan berkisar dari 0 hingga 1. Dengan kata lain, ketika nilai Adjusted R-squared mendekati atau sama dengan 1.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji secara simultan atau parsial pengaruh kepemilikan institusional terhadap peningkatan penerimaan pajak, kecemasan lingkungan, dan penghindaran pajak adalah analisis regresi linier data dari panel ganda. persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$ETR = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Keterangan :

ETR = Tax Avoidance

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi untuk setiap Variable

e = Error

X1 = Sales Growth

X2 = Ketidakpastian Lingkungan

X3 = Kepemilikan Instusional

5. Uji Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

Menurut (Ghozali, 2017), Dasar pengambilan keputusan pada pengujian F adalah :

- 1) Jika nilai signifikansi < 0,05 atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka hipotesis ditolak bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji t (Uji Parsial)

Penerimaan maupun penolakan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi t < 0,05 maka hipotesis diterima bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi t > 0,05 maka hipotesis ditolak yang berarti bahwa secara parsial variable independen tidak berpengaruh signifikan terhadap varaibel dependen.

IV. HASIL

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ETR	48	19.00	39.00	25.7292	4.04096
SG	48	3.00	70.00	12.4167	11.69985
KL	48	107.00	1327.00	374.1875	277.80267
KI	48	12.00	70.00	32.4167	13.31586
Valid (listwise)	N 48				

Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Has uji statistik deskriptif pada pengujian ini, dapat diketahui bahwa jumlah data (n) periode 2017-2020 dalam penelitian ini adalah 48 data.

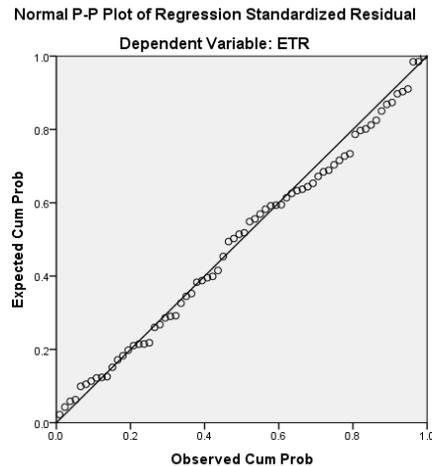
2. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.67226331
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.142
	Negative	-.084
Test Statistic		.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.017 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan menggunakan One-Sampel Kolmogorov-Smirnov diketahui bahwa nilai residual memiliki asymp. Sig sebesar 0,17. Nilai asymp. Sig ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.



Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas karena data berdistribusi normal, sehingga data baik untuk digunakan dalam model regresi.

2. Hasil Multikolinearitas

Coefficients^a

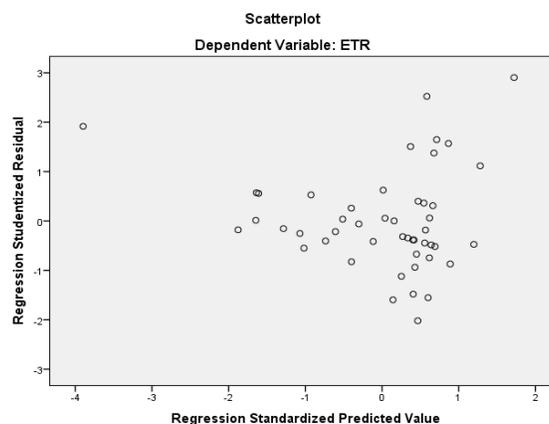
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SG	.933	1.072
	KL	.457	2.189
	KI	.443	2.255

a. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Berdasarkan hasil dari pengujian di atas, menunjukkan bahwa Sales Growth, Ketidakpastian Lingkungan, dan Kepemilikan Institusional memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas yang artinya model regresin baik untuk digunakan karena tidak terdapat korelasi antara Sales Growth, Ketidakpastian Lingkungan, dan Kepemilikan Institusional.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Berdasarkan gambar di atas yang menunjukkan bahwa titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan menyebar secara acak dikanan maupun di kiri sumbu X. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastitas pada model regresi penelitian ini.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.417 ^a	.174	.118	3.79539	2.071

a. Predictors: (Constant), KI, SG, KL

b. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Dari data diatas, dapat dilihat hasil uji durbin-watson. Nilai du pada k=2 dengan jumlah data sebanyak 48 sampel adalah 2,071. Karena ketentuan nilai uji Durbin-Watson terpenuhi yaitu $du < d < 4 - du$ sama dengan $1,6708 < 2,071 < 4 - 1,6708$ (2,3292), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi.

3. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Pertumbuhan pendapatan, kepedulian lingkungan, kepemilikan institusional, dan variabel terikatnya adalah penghindaran pajak. Persamaan regresi berikut diperoleh dari hasil uji regresi berganda.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.659	3.190		10.238	.000		
	SG	-.126	.049	-.365	-2.574	.014	.933	1.072
	KL	-.006	.003	-.418	-2.062	.045	.457	2.189
	KI	-.095	.062	-.314	-1.526	.134	.443	2.255

a. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Dari hasil uji regresi di atas persamaan regresi bergandanya sebagai berikut :

$$ETR = 32,659 - 0,126 SG - 0,006 KL - 0,095 KI + \epsilon$$

2. Koefisien Determinasi (*R-Squared* (R^2))

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.417 ^a	.174	.118	3.79539	2.071

a. Predictors: (Constant), KI, SG, KL

b. Dependent Variable: ETR

Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Dari tabel diatas dapat diketahui nilai Adj R-squared sebesar 0,174 yang berarti bahwa variasi dapat dijelaskan oleh variabel Sales Growth, Ketidakpastian Lingkungan, dan Kepemilikan Institusional adalah sebesar 17,4% sedangkan sisanya sebesar 82,6% dijelaskan oleh faktor- faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

3. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	133.660	3	44.553	3.093	.037 ^b
Residual	633.819	44	14.405		
Total	767.479	47			

a. Dependent Variable: ETR

b. Predictors: (Constant), KI, SG, KL

Sumber : Data diolah SPSS IBM 24

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Sig 0.037 lebih sama kecil dari tingkat signifikan 0.05, dengan Sig < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu Sales Growth, Kepemilikan Institusional, Ketidakpastian Lingkungan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Tax Avoidance.

4. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.659	3.190		10.238	.000		

	SG	-.126	.049	-.365	-2.574	.014	.933	1.072
	KL	-.006	.003	-.418	-2.062	.045	.457	2.189
	KI	-.095	.062	-.314	-1.526	.134	.443	2.255

a. Dependent Variable: ETR

V. KESIMPULAN

Hasil Analisa dan pembahasan terhadap penelitian ini maka didapat kesimpulan, yaitu:

1. Sales Growth (X1) berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Nilai signifikansi (sig) sebesar 0,05 ($0,014 > 0,05$) diperoleh berdasarkan uji parsial (T).
2. Ketidakpastian lingkungan (X2) berimplikasi pada penghindaran pajak. Nilai signifikansi (sig) sebesar 0,05 diperoleh berdasarkan subtes (T). ($0,045 > 0,05$).
3. Kepemilikan institusional (X3) tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Nilai signifikansi (sig) sebesar 0,05 diperoleh berdasarkan uji parsial (T). ($0,134 < 0,05$).
4. Hasil pengujian simultan (Uju Stqtistik F) menunjukkan nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikan 0.05 yaitu $0.000 < 0.05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga disimpulkan bahwa *sales growth*, ketidakpastian lingkungan dan kepemilikan institusional berpengaruh terhadap penghindaran pajak yang diuji dengan digunakan *effective tax rate (ETR)*. Yang berarti bahwa hipotesis ke empat diterima yaitu *sales growth*, ketidakpastian dan kepemilikan institusional bersama-sama(simultan) berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, J., & Setiyono. (2012). *Pengaruh Karakter Eksekutif Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance)*. 1999.
- Ghozali, I. (2017a). *Ekonometrika : Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan IBM SPSS 24*. Cetakan 3 (p. 468). UNDIP PRESS. https://digilib.stiesia.ac.id/index.php?p=show_detail&id=17449
- Mawaddah, S. Z., & Darsono. (2022). Pengaruh Pengendalian Internal, Kepemilikan Keluarga, Dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019). *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(2), 1–11.
- Lanis, & Richardson. (2012). *Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis*.
- Puspita, D., & Febrianti, M. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi penghindaran pajak pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1), 38–46. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.63>
- Napitu, A. T., & Kurniawan, C. H. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014*. XIX(2), 1–24. [http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA_XIX_\(19\)_Lampung_2016/makalah/148.pdf](http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA_XIX_(19)_Lampung_2016/makalah/148.pdf)
- Priambodo, M. S., & Purwanto, A. (2015). *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruh Tingkat Konservatisme Perusahaan – Perusahaan Di Indonesia*. 4(4), 268–277.
- Pasaribu, Topowijaya, dan S. (2018). *Skripsi Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)*. 20–64.
- Supramono, & Damayanti, T. W. (2015). *Perpajakan Indonesia Mekanisme & Perhitungan* (R. Fiva (ed.)). Andi. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1175826>

Pengaruh *Current Ratio*, *Total Asset Turnover*, dan *Net Profit Margin* terhadap *Earning Per Share* pada Perusahaan *Apparel & Luxury Goods* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2018 – 2021

Wahyu Utomo^{1)*}, Eso Hernawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾wahyuutm99@gmail.com

²⁾eso.hernawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Current Ratio
Net Profit Margin
Total Asset Turnover
Earning per Share

Abstrak

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh *Current ratio*, *Total asset turnover*, dan *Net profit margin* terhadap *Earning per share* baik secara parsial ataupun stimulant pada perusahaan-perusahaan *Apparel & Luxury Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2018 – 2021. Penelitian ini untuk pengambilan kesimpulan, memecahkan masalah yang ada, dan menganalisis data disebut penelitian deskriptif. Data kuantitatif merupakan data yang dipakai, terdapat angka dan menggunakan rumus. Objek kajian digunakan ialah laporan keuangan perusahaan *apparel* dan *luxury goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Variabel penelitian ini : *Current Ratio* (X1), *Net Profit Margin* (X2), *Total Asset Turnover* (X3) serta variabel terikat yang berupa *Earning per Share* (Y) pada perusahaan *apparel* dan *luxury goods*. Pengumpulan dokumen merupakan metode pengambilan data dipakai. Metode analisa rasio keuangan merupakan metode yang digunakan. Hasil dari kajian menunjukkan *Current Ratio*, *Net Profit Margin*, *Total Asset Turnover* mempengaruhi *Earning per Share* secara signifikan.

I. PENDAHULUAN

Pandemi Corona virus 19 (Covid-19) menyebabkan stagnansi bahkan penurunan kinerja sebagian besar perusahaan di Indonesia, bahkan seluruh dunia, tidak terkecuali pada sektor industri. Dampak pandemi menyebabkan aktivitas produksi hampir berhenti karena menurunnya permintaan pasar dan kesulitan pemenuhan bahan baku, tidak terkecuali pada industri sub sektor *Apparel & Luxury Goods* yang sebagian besar diisi oleh perusahaan tekstil.

Seiring dengan terkendalinya Covid-19, kinerja industri *Apparel & Luxury Goods* diprediksi tumbuh di angka 2% (tahun 2021) dan secara optimis hingga 3-4% (tahun 2022). Hal ini karena adanya peningkatan ekspor akibat principal garmen global Amerika Serikat (AS), Uni Eropa, Korea Selatan, dan Jepang yang mengalihkan permintaan dari Vietnam dan Bangladesh ke Indonesia (www.investor.id).

Sentimen positif iklim usaha harus diimbangi dengan optimalisasi kinerja perusahaan karena performa tersebut sangat penting bagi pemangku kepentingan, baik didalam ataupun diluar perusahaan. Dari sisi internal, data kinerja perusahaan merupakan tolok ukur evaluasi yang dapat dijadikan acuan penilaian manajemen dan dituangkan dalam keputusan direksi untuk langkah strategis selanjutnya. Sedangkan bagi pihak eksternal, keterbukaan informasi atas kinerja perusahaan membantu para investor dalam melakukan analisis yang fundamental, apakah perusahaan tersebut masih layak untuk menjadi tujuan berinvestasi atau tidak. Informasi ini sangat penting karena tujuan utama para investor menginvestasikan uangnya di surat berharga adalah untuk mendapatkan tingkat pengembalian maksimum dengan risiko minimum dalam periode waktu yang singkat maupun untuk tujuan investasi yang lebih lama (jangka panjang).

Oleh karenanya, dengan tersedianya data laporan keuangan dan disertai dengan kemampuan dalam melakukan analisis rasio sebagai bagian dari analisis fundamental menjadikan data tersebut tidak saja penting, tetapi juga

sebagai bentuk kehati-hatian sebelum menentukan pilihan investasi. Umumnya, laporan keuangan perusahaan, khususnya yang sudah terbuka (Tbk), dapat ditinjau di halaman website mereka, namun jika kita membutuhkan sekelompok besar data dengan beragam jenis perusahaan pada sektor yang sama, umumnya menggunakan website dari Bursa Efek Indonesia (selanjutnya disebut BEI). BEI merupakan pihak yang diberikan kuasa oleh pemerintah untuk memfasilitasi pasar modal dalam melakukan penawaran maupun pembelian efek, yaitu surat berharga yang memiliki nilai tertentu sehingga dapat diperjual-belikan. Sebagai pasar modal, perusahaan yang terdaftar di BEI makin bertambahnya perusahaan yang memanfaatkan IPO atau penawaran umum di BEI.

Layaknya pasar pada umumnya, penjual dan pembeli di pertemuan dipasar modal, dan didalamnya terdapat resiko akan keuntungan maupun kerugian. Model keuangan yang umumnya diperdagangkan untuk mengelola permintaan jangka panjang dalam adalah penjualan maupun pembelian saham. Saham merupakan surat berharga yang menyatakan bahwa investor memiliki sebagian modal dalam sebuah perusahaan. Perusahaan dikategorikan bertumbuh apabila nilai sahamnya terus meningkat, atau sebaliknya ketika nilai saham sebuah perusahaan mengalami penurunan, maka dapat dikategorikan bahwa pengelolaan di perusahaan tersebut perlu lebih optimal.

Acuan untuk investor menilai kinerja sebuah perusahaan, dapat dilihat melalui rasio keuangan, Masing-masing rasio mengandung maksud, fungsi, dan signifikansi yang khas. Data yang didapatkan dari laporan keuangan dapat diolah dan diinterpretasikan dengan skala rasio sehingga menjadi dasar yang logis dalam pengambilan keputusan. Adapun dikajian ini, titik fokus ada pada rasio likuiditas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas. Hal ini karena rasio tersebut yang paling berbanding lurus dengan tujuan investor menginvestasikan uangnya di pasar saham. Dari rasio-rasio tersebut, peneliti hanya menetapkan empat formula yang menjadi acuan pada penelitian ini, adalah Current ratio, Total asset turnover, Net profit margin, dan Earning per share.

Dari serangkaian informasi yang telah penulis paparkan di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut tentang topik tersebut yang diberi judul “Pengaruh Current ratio, Total asset turnover, dan Net profit margin terhadap Earning per share pada perusahaan Apparel & Luxury Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2018 - 2021”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Current Ratio

Current rasio digunakan untuk mengetahui kapabilitas perusahaan, ketersediaan aset lancar untuk memenuhi tuntutan kewajiban lancarnya.

Menurut Kasmir (2018:134), *CR* diartikan sebagai:

“Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Seberapa banyak aktiva lancar tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo”.

Total Asset Turnover

Suatu ukuran yang berusaha untuk mengukur efisiensi dan efektifitas dari total aset digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengembangkan penjualan dihasilkan untuk setiap rupiah aset dengan perbandingan antara penjualan dan total aset.

Menurut Hani (2014:74), *TATO* didefinisikan sebagai:

“Ukuran tentang sampai seberapa jauh aktiva telah dipergunakan didalam kegiatan perusahaan atau menunjukkan berapa kali aktiva digunakan dalam kegiatan operasi berputar dalam satu periode”.

Net Profit Margin

Rasio diperoleh dari membagikan keuntungan bersih setelah pajak dan penjualan lalu dikali 100, semakin besar rasio perusahaannya maka kinerja perusahaan dianggap baik.

Menurut Sitanggang (2014: 29). *NPM* diartikan sebagai:

“Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat keuntungan bersih perusahaan dari setiap penjualannya dengan memperhatikan biaya operasi, bunga dan pajak perusahaan. Semakin tinggi laba bersih berarti semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari penjualan bersih”.

Earning Per Share

Merupakan keuntungan bersih dari setiap lembar saham yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk mendapatkan angka keuntungan per lembar saham, diperlukan data dari laporan keuangan berupa keuntungan yang ada untuk pemegang

saham biasa yang kemudian dibagikan dengan jumlah dari rata-rata semua saham biasa beredar didalam kurun waktu tutup buku satu tahun.

Menurut Darmadji & Fakhrudin (2016:198), EPS merupakan:

“Salah satu jenis rasio keuangan dimana rasio ini menunjukkan bagian laba untuk setiap saham yang beredar”.

III. METODE

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang oleh Sugiyono (2017) didefinisikan sebagai penelitian yang memiliki tujuan untuk menguji suatu variabel dengan variabel lainya berkenaan dengan hubungan sebab-akibat baik secara linear maupun timbal balik. Dipergunakannya metode ini untuk mendapatkan data manfaat serta tujuannya.

B. Objek Penelitian

Pengaruh Current Rasio, Net Profit Margin, dan Total Asset Turnover terhadap Earning per Share pada perusahaan Apparel and Luxury Goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018 – 2021 merupakan objek penelitian dalam kajian ini.

C. Jenis dan Sumber Data

Data kuantitatif dipergunakan didalam ada alat ukur dan menerangkan fenomena. Penelitian ini juga menggunakan sumber data dari laporan keuangan yang didapat dari laman resmi BEI: www.idx.co.id

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Pada kajian ini populasinya ialah seluruh perusahaan Apparel and Luxury Goods yang terdaftar di BEI, dengan menetapkan batasan tahun laporan keuangan dari tahun 2018 sampai tahun 2021, maka didapatkan sejumlah 23 perusahaan yang masuk dalam kualifikasi dari penelitian ini.

2. Sampel Penelitian

Sampel-sampel pada penelitian ini, yang ditentukan pada kriteria:

- a) Laporan tahunan perusahaan diterbitkan secara konsisten selama empat tahun mulai periode 2018 – 2021.
- b) Perusahaan memiliki data yang lengkap sesuai kebutuhan pada untuk variabel penelitian.
- c) Nilai EPS perusahaan yang dijadikan sampel penelitian tidak memiliki rasio negatif yang ekstrim.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan tersebut maka terpilihlah 8 perusahaan-perusahaan yang memiliki kriteria-kriteria kemudian dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data laporan keuangan tahunan periode 2018-2021 yang dilaporkan secara konsisten di Bursa Efek Indonesia di gunakan sebagai oleh peneliti sebagai data sekunder. Pengumpulan data sekunder tersebut dilakukan dengan metode mengakses portal web Bursa Efek Indonesia dengan alamat url: <https://www.idx.co.id> dan melalui situs perusahaan. Adapun data yang didapatkan dari hasil mengakses website berupa data kuantitatif laporan keuangan perusahaan.

F. Operasional Variabel Penelitian

Sebagai dimensi yang didefinisikan dengan memberikan makna pada variabel atau mendefinisikan membenarkan operasi yang diperlukan atau suatu aktivitas guna untuk mengetahui ukuran variabel. Ada 2 jenis kajian dalam penelitian, yaitu:

1. Variabel Dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Variabel dependen dalam kajian ini merupakan *Earning per Share*.
2. Variabel Independen, yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain.
Berikut variabel independen dalam kajian ini :
 1. Variabel pertama: *Current Ratio*.
 2. Variabel kedua: *Net Profit Margin*.
 3. Variabel ketiga: *Total Asset Turnover*.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengetahui besaran perananan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang umumnya dinyatakan dalam rasio persentase (%).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,917 ^a	,842	,815	5,06610

a. Predictors: (Constant), CR

Merujuk pada data diatas, didaoat nilai R2 (*Adjusted R Square*) adalah 0,842 setara dengan 84,2%. Hal ini memberikan arti bahwa kemampuan *Current Ratio* dalam memberikan pengaruh terhadap *Earning Per Share* sebesar 84,2% sedangkan faktor lain sebesar 15,8% merupakan factpr sisa yang berpengaruh.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	,405	,306	9,81391

a. Predictors: (Constant), TATO

Merujuk pada data tabel diatas, diketahui nilai R2 adalah 0,405 atau setara 40,5%. Ini memberikan arti bila kemampuan Total Asset Turnover dalam memberikan pengaruh terhadap Earning Per Share sebesar 40,5% kemudian faktor lain sebesar 59,5% mempengaruhi sisanya.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,323 ^a	,104	-,045	12,04514

a. Predictors: (Constant), NPM

Merujuk pada data tabel IV.12, diketahui nilai R2 adalah 0,104. Hal ini memberikan arti kemampuan Net Profit Margin dalam memberikan pengaruh Earning Per Share adalah 10,4% dan sisanya 89,6% dipengaruhi faktor lainnya.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,934 ^a	,872	,775	5,58704

a. Predictors: (Constant), NPM, CR, TATO

Untuk mengetahui ukuran dampak dari ketiga variabel independen kepada variabel dependen, oleh karna itu uji determinasi dilakukan di mana pada penelitian ini diperoleh data bahwa kemampuan ketiga variabel bebas dimaksud dalam menjelaskan laju pertumbuhan Earning per share adalah senilai 87,2%, sedangkan faktor lain sebesar 12,8% mempengaruhi Earning Per Share diluar penelitian ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

• **Uji T**

Digunakan untuk mengetahui variabel independen secara parsial memiliki signifikan atau tidaknya kepada variabel dependen .

Coefficients^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,165	8,872		,808	,465
	CR	5,768	1,542	1,154	3,740	,020
	TATO	-11,207	11,620	-,369	-,964	,389
	NPM	1,240	2,110	,149	,588	,588
a. Dependent Variable: EPS						

Kriteria Uji-t ditentukan pada $\alpha = 0,05$ lalu kemudian derajat kebebasan (df) $n-k$ yaitu $32-3 = 29$ (kode k jumlah variabel bebas dan kode n adalah banyaknya item data), hasil t_{tabel} sebesar 2,045. 3,74 adalah nilai t_{hitung} *Current ratio*, dengan begitu hasil $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3,74 \geq 2$) dan nilai signifikan bernilai $0,02 < 0,05$. Dengan kesimpulan bahwa *Current ratio* secara parsial memberikan dampak yang signifikan kepada *Earning per share*. Selanjutnya, -11,207 merupakan nilai t_{hitung} dari *Total asset turnover*, sehingga $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ($-11,207 \leq 2,045$) dengan besar signifikan bernilai 0,389 (lebih tinggi dibanding 0,05). Maka didapat kesimpulan bahwa *Total asset turnover* secara parsial tidak berdampak signifikan kepada *Earning per share*. Pengujian secara parsial dampak *Net Profit Margin* kepada *Earning Per Share* menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 1,240, angka ini dibawah t_{tabel} yaitu 2,045 dan dengan tingkat signifikan bernilai $0,588 > \alpha$ 0,05. Didapat kesimpulan atas data-data diatas bila *Net Profit Margin* secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan kepada *Earning Per Share*.

- **Uji F**

Untuk menerangkan antara ada atau tidak adanya dampak antara variabel independen dengan variabel terikat.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	846,934	3	282,311	9,044	,030 ^b
	Residual	124,860	4	31,215		
	Total	971,794	7			
a. Dependent Variable: EPS						
b. Predictors: (Constant), TATO, NPM, CR						

Dari perhitungan diatas, didapatkan angka nilai $F_{hitung}(9,044) > F_{tabel}(2,947)$ dan angka signifikansi ($0,030 < 0,05$) dari nilai probabilitas (0,05). Ini memberikan makna ketiga variabel bebas (*Current ratio*, *Total asset turnover* dan *Net profit margin*) secara bersama-sama memiliki dampak signifikan kepada variabel terikat (*Earning per share*)

V. KESIMPULAN

Ditinjau dari hasil penelitian ini maka didapat kesimpulan yaitu:

- Diketahui pengaruh secara parsial *Current Ratio* kepada *Earning Per Share* berdasarkan nilai R tabel Model Summary R Square bernilai 0,842 mengartikan bahwa kontribusi CR dalam meningkatkan nilai EPS adalah sebesar 84,2 %. Hal ini dibuktikan dengan hasil hipotesis dimana nilai t_{hitung} ($3,74$) $> t_{tabel}$ ($2,045$) kemudian tingkat signifikansi bernilai $0,02 (< 0,05)$ sehingga terbukti adanya dampak yang signifikan antara *Current Ratio* (CR) terhadap *Earning Per Share* (EPS). Dengan demikian, H_0 (tidak terdapat pengaruh) ditolak dan H_1 (terdapat pengaruh) diterima.
- Diketahui secara parsial pengaruh *Total Asset Turnover* terhadap *Earning Per Share* berdasarkan tabel Model Summary R Square bernilai 0,405 yang berarti bahwa kontribusi TATO dalam meningkatkan nilai EPS hanya sebesar 40,5%. Hal ini dibuktikan dengan hasil hipotesis dimana nilai t_{hitung} ($-11,207$) $< t_{tabel}$ ($2,045$) kemudian tingkat signifikansi bernilai $0,389 (> 0,05)$ sehingga terbukti *Earning Per Share* tidak terpengaruh atau tidak

adanya pengaruh signifikan dari *Total Asset Turnover*. Dengan demikian, H₀ (tidak terdapat pengaruh) diterima dan H₂ (terdapat pengaruh) ditolak.

- c) Diketahui secara parsial pengaruh *Net Profit Margin* kepada *Earning Per Share* dilihat dari tabel Model Summary R Square adalah 0,104 yang berarti bahwa kontribusi NPM dalam meningkatkan nilai EPS hanya sebesar 10,4 %. Hal ini dibuktikan dengan hasil hipotesis dimana nilai $t_{hitung} (1,240) < t_{tabel} (2,045)$ dan tingkat besaran signifikansi 0,588 ($> 0,05$) kemudian terbukti tidak adanya dampak signifikan antara *Net Profit Margin* terhadap *Earning Per Share*. Dengan demikian, H₀ (tidak ada pengaruh) diterima dan H₃ (terdapat pengaruh) ditolak.
- d) Diketahui pengaruh *Current Ratio*, *Total Asset Turnover*, dan *Net Profit Margin* secara stimulant terhadap *Earning Per Share* berdasarkan angka F_{hitung} dari hasil uji F adalah 9,044 dengan tingkat signifikansi bernilai 0,030 ($< 0,05$). Kemudian, dapat dimaknai secara simultan *Current Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Net Profit Margin* berdampak signifikan kepada *Earning Per Share* pada Perusahaan *Apparel & Luxury Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.
- e) Selain itu, didalam tabel Model Summary, didapat nilai Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,872. Ini menandakan pengaruh simultan antar *Current Ratio*, *Total Asset Turnover*, *Net Profit Margin* terhadap *Earning per Share* yaitu 87,2% sedangkan 12,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Dengan demikian, H₀ (tidak ada pengaruh) ditolak dan H₄ (terdapat pengaruh) diterima..

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2016). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(April), 85–101.
- Aryanti, A., & Mawardi, M. (2016). Pengaruh ROA, ROE, NPM dan CR terhadap Return Saham pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *I-Finance: A Research Journal on*
- Chandra, J. L. N., & Venessa, D. (2019). Pengaruh Current Ratio (CR), Debt To Equity Ratio (DER), Return On Asset (ROA), dan Total Asset Turnover (TATO) Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Tercatat Di BEI Periode 2012-2016 E ISSN 2599-1469. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma (JRAM)*, 6(1), 59–63.
- Darmadji, T., & Fakhruddin, H. M. (2012). Pasar Modal Di Indonesia. In Salemba Empat.
- Dewi, A. A. I. C. B. (2021). Pengaruh Debt To Equity Ratio (DER), Current Ratio (CR), dan Total Asset Turnover (TATO) terhadap Earning Per Share (EPS) pada Perusahaan Property, Real Estate, dan Kontruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019. 133–151.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Sembilan). In Semarang, Universitas Diponegoro.
- Hani, S. (2014). Teknik Analisa Laporan Keuangan. Medan: In Media.
- Hery. (2015). Analisis Kinerja Manajemen. In PT Grasindo.
- J.P, S. (2013). MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN LANJUTAN. In MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN LANJUTAN.
- Jufrizen, & Nasution, M. F. (2016). Pengaruh Return on Assets, Total Assets Turnover, Quick Ratio, dan Inventory Turnover terhadap Debt to Assets Ratio pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Perdagangan Besar Barang Produksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, 16(1), 45–70.
- Jumingan. (2019). Analisis Laporan Keuangan. Bumi Aksara, Surakarta. *Jurnal Akuntansi*.

- Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan. Depok: Rajawali Pers.
- Manajemen, P. M., & Ekonomi, F. (2019). Pengaruh Net Profit Margin, Return On Assets Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan LQ-45 Marlina Widiyanti. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3), 545–554.
- Prihadi, T. (2019). Laporan Keuangan Konsep dan Aplikasi. In Analisis Laporan Keuangan Konsep dan aplikasi.
- Radiman, R., & Athifah, T. (2021). Pengaruh Debt To Equity Ratio Dan Return On Asset Terhadap Price Book Value Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 23–38. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Regita, Z., Qurani, A., & Hendratno. (2019). Debt to Equity Ratio, Demystified. *Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3(1), 169–182. <https://blog.hubspot.com/sales/debt-equity-ratio>
- Satria, R. (2021). Pengaruh Current Ratio dan Net Profit Margin terhadap Earning Per Share Pada PT Agung Podomoro Land Tbk Periode 2010-2019. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*. <https://doi.org/10.32493/fb.v3i1.2021.77-87.9413>
- Sitanggang, J. . (2014). Manajemen Keuangan Perusahaan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta. Metrologia.
- Sunyoto, D. 2016. (2016). Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Tri, W., Sri, A., & Suyanto. (2017). Pengaruh Quick Ratio, Debt to Equity Ratio, Inventory Turnover Dan Net Profit Margin Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. *Akuntansi Dewantara*, 1(2), 117–126.

Pengaruh *Brand Image*, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo

Alex Filisius^{1)*}, Yusman²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Alexfilisius997@gmail.com

²⁾ysm1207@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Brand Image 1
Promosi 2
Kualitas Layanan 3
Kepuasan Pelanggan 4

Abstrak

Di dalam riset ini pengarang mau mempelajari apakah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo, dari hasil data atau dari rumusan masalah yang sudah penulis buat ini terdapat faktor-faktor sebagai berikut diantaranya ada *Brand Image*, Promisi, Kualitas Layanan. *Brand Image* ini sendiri yaitu suatu citra merk suatu produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha, dan juga *brand image* ini sangat berpengaruh terhadap sudut pandang konsumen saat hendak memilih atau membeli suatu produk yang diinginkan, sehingga konsumen dapat menilai serta merasakan sendiri merk yang akan mereka beli untuk menjadi miliknya. Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha untuk menawarkan secara langsung maupun tidak langsung kepada calon pelanggan, sehingga munculah image baik atau kepercayaan dari pelanggan. Kualitas Layanan sendiri ialah salah satu kunci dari memenangkan kompetisi dengan *market*, sehingga akan menimbulkan kepuasan dari pelanggan dari hasil mereka membeli produk yang kita jual, dan konsumen akan setia membeli produk yang kita jual secara terus menerus. Hasil penelitian yang penulis buat dan sajikan ini didapat dari 170 sampel yang dimana data sampel itu menunjukkan pengaruh dari *brand image*, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. New Inti Furnindo.

I. PENDAHULUAN

PT. New Inti Furnindo harus selalu siap dengan beberapa kompetitor yang berada di bidang yang sama salah satunya adalah Modera, Uno, Lunar, karena memang dari setiap kompetitor tersebut memiliki beberapa keunggulan yang memang tidak ada dalam produk PT. New Inti Furnindo. Maka dari itu PT. New Inti Furnindo melakukan beberapa terobosan yang bisa untuk mereka unggul kepada kompetitornya. Tidak hanya bersaing

dalam segi harga tetapi juga bersaing melalui segi kualitas serta model dari produk yang dikeluarkan, maka dari itu PT. New Inti Furnindo memiliki keunikan tersendiri untuk dapat bersaing yaitu dengan melakukan Kualitas Pelayanan yang terbaik kepada Konsumennya.

Keadaan di dalam perusahaan pun sangat mendukung untuk melakukan kegiatan agar tidak tertinggal atau dapat bersaing dengan para kompetitor, sehingga mencapai keuntungan bahkan mendapatkan hati dari setiap konsumen yang membeli produk di PT. New Inti Furnindo. Setiap pelaku bisnis akan terus melakukan yang terbaik untuk mempromosikan suatu produk yang mereka miliki/jual, apa lagi pada jaman ini promosi itu sangat membantu untuk kita mejual barang yang kita jual. Apalagi di jaman sekarang, penjual pasti ingin produknya dikenali oleh banyak orang. Dan juga penjual ingin pastinya produk yang ditawarkan laku terjual dan mencapai target yang di miliki oleh perusahaan.

Oleh sebab itu promosi sangatlah penting untuk menunjang produk yang mereka jual kepada masyarakat luas, dan juga promosi membuat perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor (Hernawan et al., 2019). Para pelaku bisnis juga harus tau situasi dan kondisi pasar, mereka harus bisa memilih segmentasi pasar yang harus mereka tuju, agar promosi yang di pasarkan dapat tepat sasaran dan sesuai pasar.

Promosi merupakan hal yang tidak pernah bisa di lepaskan dari kegiatan pemasaran, dan juga promosi ini banyak cara untuk melakukannya baik itu secara *offline* maupun *online*. Dan belakangan ini masih banyak pelaku bisnis yang menggunakan promosi secara *offline*, itu menjadi salah satu keunggulan pelaku bisnis yang melakukan promosi *offline* untuk lebih mendekatkan dengan konsumen/customer dan bisa bertatap muka secara langsung dengan konsumen.

Rumusan Masalah

1. Apakah *Brand Image* advertensi bisa mempengaruhi terhadap kepuasan klien PT. New Inti Furnindo ?
2. Apakah Promosi mempengaruhi terhadap kepuasan klien PT. New Inti Furnindo ?
3. Apakah Mutu Layanan mempengaruhi terhadap kepuasan klien PT. New Inti Furnindo ?
4. Apakah *Brand Image*, Promosi, Mutu Layanan dengan cara simultan mempengaruhi terhadap kepuasan klien PT. New Inti Furnindo ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengenali apakah advertensi bisa mempengaruhi terhadap kepuasan klien PT. New Inti Furnindo.
2. Untuk mengenali apakah *Brand Image* mempengaruhi terhadap kepuasan klien PT. New Inti Furnindo

3. Untuk mengenali pengaruh mutu layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. NewInti Furnindo.

II.

TINJAUAN PUSTAKA

Brand Image

Menurut (Kotler & Armstrong, 2018) mengatakan bahwa :

Merk adalah kombinasi atau gabungan dari tulisan, simbol, desain yang mengidentifikasi atau menunjukkan si pembuat atau penjual dari produk tersebut (Kotler & Armstrong, 2016:263). Konsumen pun melihat merk ini sangat penting untuk mereka membeli dari suatu produk tersebut, merk sendiri pun dijadikan sebagai acuan oleh para konsumen dalam menimbang atau memutuskan membeli suatu produk tersebut.

Brand image adalah representasi dari keseluruhan merk yang sudah pernah dilihat dan dirasakan oleh para konsumen dan itu muncul dari pengalaman para konsumen yang sudah mencoba dari berbagai merk dan mereka pun merepresentasikan merk mana yang melekat kepada para konsumen tersebut.

Promosi

Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) mengatakan bahwa :

“Promosi melibatkan pelanggan dan juga pemilik barang atau jasa yang menawarkan, dan itu juga merupakan kegiatan mengelola ikatan yang saling profitabel satu sama lain serta bisa mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian. Promosi ini bukan hanya sekedar menjual atau mempromosikan suatu produk, melainkan promosi itu lebih dari sekedar hal tersebut”.

Promosi bukan hanya sekedar penjual menawarkan suatu produk kepada konsumen melainkan penjual memuaskan kebutuhan dari konsumen tersebut. Apabila penjual dapat memasarkan produknya kepada konsumennya dengan efektif, mengerti kebutuhan mereka, meningkatkan produk yang dapat memberikan nilai kepada konsumennya maka itu sangat baik sekali, dan produk tersebut akan terjual dengan mudah dan juga cepat tanpa harus menunggu terlalu lama.

Kegiatan promosi sendiri ini melibatkan konsumen dengan penjual untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan, kualitas dari produk tersebut, keunggulan dari produk tersebut, dan juga harga lalu juga merk dari barang tersebut. Agar konsumen dapat percaya dan bisa menyudahi untuk membeli produk itu.

Kualitas Layanan

Menurut Kotler, (2019 : 194) mendefinikan:

“Mutu layanan merupakan wujud evaluasi pelanggan terhadap tingkatan jasa yang diperoleh dengan tingkatan jasa yang diharapkan, bila jasa yang diperoleh ataupun dialami cocok dengan yang diharapkan. Sehingga mutu layanan dipersepsikan baik serta memadai”.

Kualitas sendiri ialah salah satu kunci dari memenangkan kompetisi dengan pasar, kala industri sudah sanggup untuk sediakan produk bermutu sehingga sudah mambangun salah satu alas untuk menghasilkan kepuasan klien.

Kepuasan Pelanggan

Ukuran kepuasan klien bagi Kotler, (2011 : 213) yakni :

- a) Senantiasa loyal, pelanggan yang terlampiaskan hendak senantiasa loyal untuk selalu membeli produk yang penjual tawarkan.
- b) Membeli produk yang disuguhkan, keinginan untuk mencoba suatu produk yang ditawarkan oleh pedagang sebab keingan untuk mengulang pengalaman baik dalam segi yang baik maupun untuk menghindari pengelaman yang buruk.
- c) Merekomendasikan produk, konsumen akan dengan sukarela merekomendasikan produk yang mereka beli secara sukarela, karena konsumen mendapatkan kepuasan dari pelayanan serta produk yang sudah mereka beli.
- d) Bersedia membayar lebih, tidak kala banyak konsumen yang rela membayar lebih demi produk yang sama tetapi dengan mutu yang tinggi.

Memberi masukan, meski kepuasan pada pelanggan telah berhasil pelanggan itu akan memberikan masukan serta saran untuk penjual agar dapat meningkatkan kualitas produk serta layanan menjadi lebih baik lagi

III. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada filsafat postivis, yang digunakan untuk mempelajari populasi ataupun sampel khusus, pengumpulan data memakai instrumen riset, analisa data berkarakter kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk mencoba anggapan yang sudah diresmikan, (Sugiyono, 2014 : 165)

Objek Penelitian

Objek studi pada penelitian ini adalah perusahaan PT. NEW INTI FURNINDO.

Jenis Data

Berkas *information* yang dipakai yang dihitung, *describing*, serta diukur dalam bentuk *number*.

Sumber Data

Data yang diinformasikan oleh AREBI (Asosiasi Real Estate Broker Indonesia)

Populasi

467 Konsumen di daerah Jabodetabek yang berkemcimpung di dalam bisnis real estate.

Sample

(Ferdinand, 2006 : 87) menjelaskan bahwa bila ukuran sampel terlalu besar maka model menjadi sangat sensitive sehingga sulit untuk mendapatkan *goodness of fit* yang baik. Untuk itu, dianjurkan dimensi percontoh 5-10 kali jumlah elastis (penanda) dari totalitas elastis. Bagi (Heirs dalam Ferdinand, 2004: 70) statment pada angket dalam riset ini sebesar 14 statment, alhasil kalkulasi determinasi jumlah ilustrasi dalam riset ini merupakan $17 \times 10 = 170$, untuk itu penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 170.

Teknik Analisis Data

Metode yang dipilih untuk studi ini adalah teknik menetapkan bantuan *PASW Statistics 18*

Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2011 : 234) menjelaskan bahwa :

“Dalam uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu persatu dari tiap variabel bebas (independen) untuk menjelaskan secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen)”.

Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2011 : 160) menjelaskan bahwa :

“Percobaan F pada dasarnya membuktikan apakah seluruh elastis leluasa (bebas) mempengaruhi dengan cara simultan ataupun leluasa terhadap elastis terikat (terbatas).”

IV. HASIL

1. Tabel Uji Hipotesis

- *HASIL ANALISIS UJI STATISTIK t*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.840	.734		5.232	.000
brand_image	.234	.067	.259	3.502	.001
promosi	.264	.087	.205	3.021	.003
kualitas_laya	.469	.066	.454	7.080	.000
nan					

a. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data menggunakan PSW *Statistic 18*

Bersumber pada hasil pengerjaan data pada bagan IV.10 di atas bisa diamati dari nilai thitung dari elastis leluasa ialah *brand image* memperoleh nilai 3,502, advertensi memperoleh nilai 3,021, mutu layanan memperoleh nilai 7,080. Dapat kita amati saksama dari hasil ketiga elastis leluasa itu lebih besar dari nilai ttabel, nilai ttabel mempunyai taraf penting sebesar 1,974 serta nilai sig pada brand image sebesar 0,001, advertensi sebesar 0,003, mutu layanan sebesar 0,000. Dari ketiga elastis leluasa itu memiliki nilai lebih kecil dari 0,05 (<0,05) ataupun Ho ditolak sehingga Ha diperoleh. Sehingga dari itu bisa pengarang simpulkan kalau ada akibat penting dari elastis bebas *brand image*, advertensi, mutu layanan terhadap elastis terbatas kepuasan klien.

• **HASIL ANALISIS UJI STATISTIK F**

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	704.542	3	234.847	119.706	.000 ^a
Residual	325.670	166	1.962		
Total	1030.212	169			

a. Predictors: (Constant), kualitas_layanan, promosi, brand_image

b. Dependent Variable: kepuasan_pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data menggunakan PSW *Statistic 18*

Berdasarkan tabel IV.9 di atas hasil dari bagan Anova membuktikan nilai dari signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$) serta pula bisa diamati dari fhitung yang memiliki nilai sebesar 119,706 sebaliknya ftabel sebesar 2,66 oleh sebab itu fhitung ftabel, sehingga dari itu H_0 ditolak serta H_a diperoleh. Dari percobaan F ini bisa kita raih kesimpulan kalau nilai sig serta ftabel dari masing-masing elastis bebas *brand image*, advertensi, mutu layanan mempengaruhi dengan cara simultan terhadap elastis dependen kepuasan pelanggan PT. New Inti Furnindo.

V. KESIMPULAN

Bersumber pada hasil analisa riset ini mangulas mengenai variabel-variabel yang berhubungan dengan *brand image*, advertensi, mutu layanan terhadap kepuasan klien PT. New Inti Furnindo, dengan hasil yang telah diuji menggunakan PSW *Statistic 18*, maka dari itu bisa ditarik kesimpulan dari hasil riset ini selaku selanjutnya:

1. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. New Inti Furnindo dibuktikan dengan hasil nilai perhitungan $t_{hitung} 3,021 > 1,974 t_{tabel}$. Artinya apabila ada peningkatan *Brand Image* maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. New Inti Furnindo dibuktikan dengan hasil nilai perhitungan $t_{hitung} 3,502 > 1,974 t_{tabel}$. Artinya apabila ada peningkatan dari Promosi maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT. New Inti Furnindo.

Mutu Layanan mempengaruhi penting terhadap Kepuasan Klien PT. New Inti Furnindo dibuktikan dengan hasil nilai perhitungan $t_{hitung} 7,080 > 1,974 t_{tabel}$. Artinya apabila ada kenaikan Mutu Layanan sehingga hendak menaikkan Kepuasan Klien PT. New Inti Furnindo.

DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. (2006) “*Metode Penelitian Manajemen: Pedoman untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen, edisi ke-5*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Abiwara, 2020. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen *Gea Fashion* Banjar). Tasikmalaya
- Denny Aditya Rachman dan Dra. Sri Suryoko, M.Si., 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro
- Ghozali, Imam, (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program PASW Statistics 18* edisi ke-5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, PM. Budi. (2018) “ *HOW TO BE A PROFESSIONAL CUSTOMER SERVICE* ” Yogyakarta :Andi.
- Hernawan, E., Agus Kusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM*.
- Keegan, Warren J, and Green Mark C. (2015) *Global Marketing* 8th edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2016) *Principles of Marketing* 16th edition. England: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2016) *Marketing Management* 15th edition. England: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2013) *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-13 Jilid ke-2, Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Pengaruh *Job Description*, *Key performance Indicator*, dan Kepuasan Kerja Terhadap Tingkat Produktivitas pada Perusahaan Properti di Tangerang

Gerardo Aldi^{1)*}, Yusman²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾gerardoaldi198@gmail.com

²⁾ysm1207@gmail.com

Rekam jejak artikel :

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Job Description 1
Key Performance Indicator 2
Kepuasan Kerja 3
Tingkat Produktivitas 4

Abstrak

Studi ini memiliki tujuan untuk mencari tahu permasalahan yang terjadi dengan Tingkat Produktivitas, Khusus nya pada variabel *Job Description*, *Key performance Indicator*, dan kepuasan kerja pada perusahaan properti di Tangerang. Penarikan data dilaksanakan dengan teknis menyebar angket dan memakai program SPSS versi 25. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam studi ini, yang meliputi metode pengumpulan data/informasi dan instrumen riset yang berhubungan dengan faktor yang akan diteliti. Pengujian validitas serta pengujian realibilitas dengan cronbach's alpha digunakan dalam penelitian ini sebagai teknik pengujian. Uji regresi linear berganda, pengujian R, pengujian T, serta pegujian F guna melakukan pengujian hipotesis riset.

Hasil uji regresi linear berganda didapat rumusan $Y = 17,795 + 0,225 (X1) + 0,219 (X2) + 0,214 (X3)$ artinya bila terdapat peningkatan/penurunan X1,X2,X3, sebesar 1 point, jadi variabel Y bisa mengalami peningkatan/penurunan sebesar 17,795, 0,225, 0,219, dan 0,214

I. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan tentunya perlu untuk melakukan pengelolaan terhadap sumber daya manusia di perusahaan tersebut dengan baik, Sseorang pemimpin perusahaan harus mampu untuk merencanakan, menyusun strategi, dan mengkoordinasikan setiap sumber daya di dalam perusahaan. Setiap perusahaan dalam proses mencapai tujuannya, membutuhkan bermacam sumber daya penunjang lain, misalnya sumber daya teknologi, sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Tentunya dari sekian banyak sumber daya di atas, sumber daya manusia merupakan sumber daya yang terpenting pada sebuah perusahaan, sebab SDM lah yang membuat sumber daya lain dapat bekerja dengan semestinya. Setiap perusahaan memiliki lembaga atau divisi yang mengurus sumber daya manusia yang biasa di sebut dengan sebutan Human Resource (HR), dengan tujuan agar sumber daya manusia dalam suatu perusahaan dapat terkelola dengan baik yang sesuai dengan seluruh nilai dan budaya suatu perusahaan sehingga

tujuan utama perusahaan dapat tercapai dengan baik. Divisi Human Resource ini juga memiliki beberapa tahapan dalam menelusuri SDM yang sesuai dengan standar perusahaan demi mendapatkan SDM yang sesuai untuk mencapai tujuan perusahaan, Seleksi karyawan adalah langkah awal dalam proses recruitment ini, untuk memilih karyawan yang memiliki keahlian dan sesuai dengan kualifikasi yang diinginkan untuk menentukan di tempat dan divisi apa setiap individu sesuai dengan deskripsi kerja. Setiap individu yang bekerja di suatu perusahaan tentunya harus bekerja sesuai dengan posisi, deskripsi dan porsi kerjanya masing-masing dengan harapan individu yang di perusahaan tentunya sudah sesuai dengan ketentuan dan syarat yang diberikan oleh suatu perusahaan. Dalam hal ini *job description* menjadi pedoman penting yang di perlukan oleh sebuah perusahaan untuk mengetahui apakah individu tersebut bekerja sesuai dengan tugasnya dan telah memenuhi tanggung jawabnya atau tidak. (Veithzal, 2014, p. 126) mengatakan bahwa “Adanya *job description* bisa memberikan aktivitas yg jadi tanggung jawab dan menghindari mungkin terbentuknya menindih kejelasan untuk pegawai untuk melakukan tugasnya dengan baik cocok dengan bobot kekeliruan serta kesusahan”. Dengan adanya *job description*, karyawan tidak akan bekerja menurut keinginannya sendiri dan tidak menghiraukan tujuan perusahaan yang berimbas pada penurunan Tingkat Produktivitas dan berakibat pencapaian tujuan perusahaan menjadi terhambat. Dalam hal ini tidak hanya *job description* saja yang perlu di penuhi oleh karyawannya.

Dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan kinerja karyawan, diperlukan Penilaian Tingkat Produktivitas dengan indikator indikator yang sesuai dengan deskripsi kerja dan tujuan perusahaan. Penanda kemampuan pegawai sepatutnya bisa digapai dengan maksimum selaku fakta kompetensi yang dipunyai oleh pegawai dalam melakukan kewajiban penting nya yang cocok dengan *job description*. Dalam perihal ini, suatu industri wajib memastikan penanda yang wajib digapai serta berat evaluasi yang telah diresmikan lebih dahulu. Penggunaan *key performance indicator* adalah salah satu cara dalam proses pengukuran penilaian Tingkat Produktivitas. Menurut (Lubis, 2018, p. 37) menyatakan bahwa : “*Key Performance Indicator* sendiri merupakan salah satu cara dalam mengukur performa dari masing-masing karyawan, *key performance indicator* merupakan penanda kunci yang bisa diukur untuk kebutuhan industri ataupun organisasi dalam memantau kemampuan apakah telah cocok dengan ekspektasi ataupun belum.” Kemampuan pegawai butuh di tingkatkan dengan cara periodik alhasil sasaran kemampuan bisa dituntaskan dengan maksimum. Kemampuan pegawai yang maksimum hendak menciptakan suasana industri yang kondusif. Jika seorang karyawan sudah menjalankan *job description* dan kewajibannya dengan baik, sudah bekerja sesuai dengan *key performance indicator*, sebuah perusahaan tentunya wajib memperhatikan tingkat kepuasan karyawan sebagai rasa terima kasih atas kinerja maksimal yang sudah diberikan kepada perusahaan. akan memberikan kompensasi bagi karyawan tersebut. pemberian kompensasi finansial dan non finansial seperti pembayaran upah yang sesuai, kondisi lingkungan kerja yang memadai, bonus atau insentif dari perusahaan, promosi jabatan dan lain lain. (Sutrisno, 2014, p. 76) menyatakan bahwa “Kebahagiaan kegiatan merupakan tindakan pegawai terhadap profesi yang berkaitan dengan situasi kegiatan, kerjasama antar pegawai serta regu, hasil yang diperoleh dalam kegiatan, serta keadaan yang menyangkut factor intelektual serta kejiwaan”.

Kepuasan kerja bagi setiap individu karyawan tentu saja berbeda beda tingkatannya. Maka dari itu telah menjadi kewajiban perusahaan dalam memperhatikan kepuasan kerja seorang karyawan karena kepuasan kerja pegawai adalah aspek penting yang ikut memastikan tindakan positif

terhadap profesi. Perasaan puas dalam bertugas bisa memunculkan akibat positif terhadap sikap, semacam misalnya tingkatan ketertiban serta antusias kegiatan yang condong bertambah.

Rumusan Masalah

1. Apakah *job description* berpengaruh terhadap Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang ?
2. Apakah *key performance indicator* berpengaruh terhadap Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang ?
3. Apakah kepuasan kerja karyawan berpengaruh terhadap Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang ?
4. Apakah *job description*, *key performance indicator* dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang ?

Tujuan Penelitian

1. Dalam menelusuri besarnya pengaruh *job description* terhadap Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang.
2. Dalam menelusuri besarnya pengaruh *key performance indicator* terhadap Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang
3. Dalam menelusuri besarnya pengaruh kepuasan kerja terhadap Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang.
4. Dalam menelusuri besarnya pengaruh *job description*, *key performance indicator*, dan kepuasan kerja kepada Tingkat Produktivitas pada perusahaan properti di Tangerang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Job Description

Menurut (Ardana K. I., 2012) mengatakan bahwa :

“*Job description* merupakan *statement* aktual yang menyangkut kewajiban serta tanggung jawab dari suatu profesi khusus, terus menjadi nyata *job description* yang diserahkan sehingga semakin mudah untuk pegawai untuk melaksanakan kewajiban sesuai dengan tujuan penting industri”

Menurut (Handoko, 2012) mengatakan bahwa :

“Uraian pekerjaan (*job description*) termasuk sebuah pernyataan tertulis yang menjabarkan tanggung jawab, tugas-tugas, fungsi, keadaan kerja, wewenang dan berbagai aspek pekerjaan tertentu lain.”

Key Performance Indicator

Berdasarkan (Iveta, 2012) mengatakan bahwa :

“*Key performance indicator* termasuk ukuran yang bertahap dan sifatnya kuantitatif untuk perusahaan dan mempunyai bermacam perspektif dan dengan basi data nyata, yang dijadikan titik penyusunan strategi organisasi dan awal penentuan tujuan.”

Kepuasan Kerja

Berdasarkan (Darsono dan Siswandoko, 2014, p. 216) mengartikan :

“Kepuasan kerja adalah perasaan pekerja kepada pekerjaan tersebut, sebuah penilaian dari pekerja perihal sejauhmana tugasnya dengan komprehensif memberikan kepuasan pada kebutuhan.”

Tingkat Produktivitas

Konsep produktivitas memiliki hubungan dengan sejauh mana sebuah tahapan membuahkan hasil keluaran dengan masukan dalam fokus perhatian dan keluaran yang didapat dalam sebuah proses.

III. METODE

Jenis Penelitian

Riset ini mengambil metode penelitian kuantitatif yang mempunyai tujuan dalam melakukan pengujian hipotesis mengenai hubungan sebab-akibat diantara variabel Job Description, Key Performance Indicator, dan Kepuasan Kerja. Penelitian kuantitatif didasarkan pada angka pasti sehingga dapat disatukan dan juga lebih mudah dibaca dan dipahami oleh peneliti. (Arikunto, 2019)

Objek Penelitian

Obyek studi dalam riset ini adalah seluruh perusahaan properti di Tangerang.

Jenis Data

Berkas *information* yang dipakai yang dihitung, *describing*, serta diukur dalam bentuk *number*.

Sumber Data

Data yang diinformasikan oleh AREBI (Asosisai Real Estate Broker Indonesia)

Populasi

250 perusahaan properti di daerah Tangerang yang berkemcimpung di dalam bisnis real estate.

Sample

Menurut (Sugiyono, 2019) dalam menetapkan total sampel yang akan dipergunakan adalah :

1. Ukuran sampel yang baik untuk riset ialah diantara 30 hingga 500.
2. jika sampel terbagi pada beberapa kategori sehingga total sampel pada tiap kategori sejurangnya 30.
3. jika pada suatu riset menjalankan analisis dengan multivariate (korelasi ataupun regresi ganda contohnya), sehingga total anggota sampel sekurangnya 10 kali dari total variabel yang diamati. Seperti variabel risetnya terdapat 3 (independen + dependen), sehingga total anggota sampel = $10 \times 3 = 30$

Berdasarkan teori yang dikatakan oleh Sugiyono, maka penulis menggunakan sampel sebanyak 35 orang karyawan yang bekerja di perusahaan properti di daerah Tangerang.

Teknik Analisis Data

Metode yang dipilih bagi studi ini ialah teknik menetapkan bantuan SPSS

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Temuan dari pengujian Koefisien determinasi menghasilkan seberapa baik bisa memaparkan perbedaan *variable* dependen. Koefisien determinasi mempunyai nilai diantara 0 dan 1, artinya ialah variabel bebas tidak dapat menjelaskan perbedaan antar variabel dengan baik.

Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji bagaimana rata-rata satu kelompok menumpuk terhadap rata-rata kelompok lain, uji T dilakukan. Kolom signifikan di setiap t-hitung digunakan untuk membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel, memungkinkan penggunaan tes.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian F berusaha mencari tahu apakah variable independen mempengaruhi variable dependen secara simultan (pada waktu yang sama). Uji F digunakan guna mengerti pengaruh semua faktor independen pada variable dependen. Persentase yang dipakai yaitu 0,5 ataupun 5%. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ jadi bisa diasumsikan ternyata variable independen memiliki pengaruh ke variabel dependen secara bersamaan. (Ghozali, 2018)

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.949 ^a	.900	.891	2.44264

a. Predictors: (Constant), kepuasan kerja , job description , key performance indicator

Dari hasil uji diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian koefisien determinasi terdapat dalam nilai dari *Adjusted R Square* = 0,891. Perihal ini menunjukkan kemampuan variabel bebas untuk menjabarka perubahan variabel terikat ialah 89,1%. Dan sisa 10,9% dijelaskan oleh variabel yang lain yang tidak termasuk pada riset

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.795	1.690		10.532	.000
	job description	.225	.079	.328	2.867	.007
	key performance indicator	.219	.099	.361	2.211	.035
	kepuasan kerja	.214	.099	.305	2.171	.038

a. Dependent Variable: Tingkat Produktivitas

Meurut hasil uji tabel tersebut dapat di simpulkan F_{hitung} sebesar 93,219 dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,87. Maka dari itu F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima, kesimpulannya *job description* (X1), *key performance indicator* (X2), dan kepuasan kerja (X3) secara simultan mempengaruhi signifikan (secara simultan) kepada Tingkat Produktivitas perusahaan di bidang properti daerah Tangerang.

• Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1668.581	3	556.194	93.219	.000 ^b
	Residual	184.961	31	5.966		
	Total	1853.543	34			

a. Dependent Variable: Tingkat Produktivitas

b. Predictors: (Constant), kepuasan kerja , job description , key performance indicator

a. *Job description* (X1) diperoleh nilai $T_{hitung} 2,867 > T_{tabel} 2,03951$ dengan tingkat signifikansi sejumlah $0,007 < 0,05$. Sehingga H_1 diterima yang berarti *job description* berpengaruh positif terhadap Tingkat Produktivitas perusahaan di bidang properti daerah Tangerang.

b. *Key performance indicator* (X2) diperoleh nilai $T_{hitung} 2,211 > T_{tabel} 2,03951$ dengan tingkat signifikansi sejumlah $0,035 < 0,05$. Sehingga H_2 diterima yang berarti *key performance indicator* berpengaruh positif terhadap Tingkat Produktivitas perusahaan di bidang properti daerah Tangerang.

c. Kepuasan kerja (X3) diperoleh nilai $T_{hitung} 2,171 > T_{tabel} 2,03951$ dengan signifikansi sejumlah $0,038 < 0,05$. Sehingga H_3 diterima yang berarti kepuasan kerja memiliki pengaruh positif terhadap Tingkat Produktivitas perusahaan di bidang properti daerah Tangerang.

V. KESIMPULAN

- Pengaruh *job description* terhadap Tingkat Produktivitas. Berdasarkan hasil dari jawaban kuesioner yang diperoleh sebanyak 35 narasumber yang disebar, peneliti menjelaskan bahwa *job description* memperoleh hasil yang positif dari narasumber dan mayoritas menjabarkan setuju.
- Pengaruh *key performance indicator* kepada Tingkat Produktivitas. Menurut hasil dari jawaban kuesioner yang didapat sampel sejumlah 35 narasumber yang disebar, peneliti menjelaskan bahwa *key performance indicator* memperoleh hasil yang positif dari narasumber dan sebagian besar menjelaskan setuju.
- Pengaruh kepuasan kerja kepada Tingkat Produktivitas. Menurut hasil dari jawaban angket yang didapat sampel sejumlah 35 narasumber yang disebar, peneliti menjelaskan bahwa kepuasan kerja memperoleh hasil yang positif dari narasumber dan sebagian besar menjelaskan setuju.

DAFTAR PUSTAKA

Ardana K. I., M. N. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu. 2012.

- Arikunto. *PROSEDUR PENELITIAN SUATU PENDEKATAN PRAKTIK*. Jakarta : Rineka Cipta. 2019.
- Darsono dan Siswandoko, T. *Sumber Daya Manusia Abad 21* . Jakarta : Nusantara Consulting. 2014.
- Ghozali. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. *Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 1-8. 2018.
- Handoko, T. H. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : BPF. 2012.
- Iveta. Human Resources Key Performance Indicators. *Journal Of Competitiveness*, 128. 2012.
- Lubis, P. I. Penilaian Tingkat Produktivitas Menggunakan Metode Key Performance Indicators (KPI) (Studi Kasus : Cv . Bunda Bakery Pekanbaru). *Jurnal Sains, Teknologi, dan Industri*, 37. 2018
- Sugiyono. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. Bandung: Alfabeta. 2019
- Sutrisno, E. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup. 2014
- Veithzal, R. “*Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*” Edisi ke 6.”. Depok: PT. Raja Grafindo. 2014.

Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Return On Assets, dan Kualitas Audit terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021)

Handi Wijaya¹⁾, Rina Sulistiyowati²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾handiitan@gmail.com

²⁾rina.sulistiyowati@buddhidharma.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara penghindaran pajak dan konservatisme akuntansi, pengembalian aset, dan kualitas audit. Fokus analisis ini adalah perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman yang diperdagangkan secara publik di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021.

Kata kunci

Konservatisme Akuntansi
Return On Assets
Kualitas Audit
Tax Avoidance

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan populasi sampel 72 perusahaan dengan masa observasi 4 tahun pengamatan terturut-turut dan menggunakan system outlir sebanyak 15 sampel sehingga memperoleh 57 sampel sebagai pengamatan. Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini, kami memperoleh data sekunder dari www.idx.com untuk mendapatkan data berupa laporan keuangan dari masing-masing perusahaan dan mengolah data tersebut menggunakan software SPSS Versi 25.

Setelah analisis data, penulis sampai pada kesimpulan berikut: Konservatisme Akuntansi tidak berdampak pada penghindaran pajak, sedangkan Pengembalian Aset dan Kualitas Audit berpengaruh.

I. PENDAHULUAN

Penghasilan perpajakan menjadi salah satu pemasukkan negara dan bisa dipergunakan sebagai memfasilitasi pengeluaran negara dan kebutuhan nasional, seperti pembangunan jembatan, pembangunan infrastruktur, perluasan jalan tol dan lain-lain serta untuk melindungi barang produksi didalam negeri. Serta pajak dipergunakan untuk menyeimbangkan situasi dan kondisi perekonomian Indonesia. Sebagai iuran wajib kepada negara. Hal ini karena perpajakan bersifat wajib dan wajib pajak tidak mau membayar lebih atau bahkan tidak membayar pajak sama sekali karena tidak dapat merasakan tingkat pengembalian. dari waktu ke waktu sehingga mengakibatkan kesalahan didalam perhitungan pajak terutang.

Penghindaran pajak adalah strategi dan praktik yang digunakan oleh wajib pajak agar mengurangi kewajiban pajaknya dengan cara yang tidak melanggar undang-undang perpajakan. Perusahaan sering terlibat dalam praktik penghindaran pajak, seperti menggunakan pengecualian dan pengurangan yang diizinkan atau penangguhan pajak yang tidak diatur dalam undang-undang perpajakan yang berlaku, kebijakan yang ditetapkan oleh manajemen puncak (Dewinta dan Setiawan 2016). Menurut Resmi (2019). Fungsi penerimaan (budgetair) dan fungsi penyeimbang (pajak) adalah dua penggunaan perpajakan (reguler) yang paling menonjol. Pajak anggaran dipungut untuk menghasilkan pendapatan untuk operasi pemerintah umum dan perbaikan infrastruktur. Sedangkan fungsi tradisional adalah untuk mempermudah pengaturan atau pelaksanaan kebijakan di bidang sosial ekonomi dan pencapaian tujuan di luar bidang keuangan.

Berikut data realisasi pajak pada Tabel I.1 didalam 4 tahun terakhir, menunjukkan bahwa pajak merupakan pembiasaan terbesar negara:

Tabel I.1

Realisasi Pembisaan Penerimaan Negara Tahun 2018-2021

Sumber	2018	2019	2020	2021
Pajak	1.518.789,8	1.546.141,9	1.285.136,3	1.375.832,7
Bukan Pajak	409.320,2	408.994,3	343.814,2	357.210,1
Total	1.928.110	1.955.136,2	1.628.950,5	1.733.042,8

(Sumber: www.bps.go.id)

Dari sudut pandang kebijakan pajak, kejadian di atas menunjukkan bahwa praktik penghindaran pajak mengikis basis pajak dan karenanya mengurangi jumlah pendapatan pajak yang dibutuhkan negara. Ketimpangan ditaburkan, kesejahteraan masyarakat berkurang, dan efektivitas sistem pajak terhambat ketika orang terlibat dalam strategi penghindaran pajak. Alokasi pajak harus dioptimalkan. Hal ini karena alokasi pajak menjadi semakin penting dan dipandang sebagai tulang punggung sumber pendanaan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran bangsa dan masyarakat dalam kaitannya dengan keberhasilan program pembangunan nasional. secara keseluruhan.

Karena fakta bahwa itu menyoroti efek kumulatif dari berbagai manfaat pajak dan perubahan tarif pajak perusahaan, keberadaan tarif pajak efektif (ETR) adalah topik penelitian khusus dan metode umum untuk menentukan nilai tarif pajak optimal yang dihitung oleh perusahaan. (Liansheng, 2007).

Konservatisme bisa dengan mudah diartikan sebagai kehati-hatian, yang seringkali menunjukkan bahwa laporan keuangan mengandung pesimisme. Akuntan tidak lagi mengungkapkan nilai sebenarnya secara akurat, lebih memilih untuk menetapkan nomor laporan yang lebih rendah dari nilai sebenarnya (Savitri, 2016). Bisa disimpulkan dari pernyataan berikut bahwa Perusahaan yang menerapkan prinsip konservatif mengenali kerugian lebih cepat dan mengakui keuntungan lebih lambat, dan bahwa laporan keuangan konservatif bisa mencegah asimetri informasidengan membatasi manipulasi manajemen atas laporan keuangan

Perusahaan bisa menghindari pajak dengan cara lain yakni melalui return on assets dan leverage. Peningkatan Return on Assets (ROA) artinya kemampuan perusahaan untuk mengefektifkan aset perusahaan dengan baik sehingga bisa menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Keuntungan yang besar bisa berarti perusahaan juga harus membayar pajak yang banyak. Namun bagi manajemen perusahaan, merekamasih cenderung memperoleh pembisaan paling banyak dengan pengeluaranpaling sedikit. Oleh karena itu, berdasarkan hal tersebut juga bisa menimbulkan niat atau tanda-tanda penghindaran pajak perusahaan, khususnya manajemen perusahaan.

Untuk tujuan ini, tugas Komite Audit untuk meninjau dan menilai rasionalitas biaya yang terkait dengan audit, serta kualitas pekerjaan yang dilakukan oleh auditor eksternal, serta untuk memastikan bahwa semua aturan dan kebijakan keuangan yang berlaku telah diikuti. Pembentukan Komite Audit dimaksudkan untuk menjaga pengawasan atas laporan keuangan agar tidak terjadi kecurangan dan akan meningkatkan tingkat konservatisme laporan keuangan. (Putra 2012).

Berdasarkan hal tersebut di atas, artikel ini akan menganalisis studi yang berfokus pada praktik penghindaran pajak pada perusahaan subsektor manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perdagangan untuk tahun 2018-2020.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak

Pajak dipungut berdasarkan aturan atau norma tertentu dan menutupibiaya Produksi kolektif barang dan jasa untuk kebaikan bersama. Umumnya, adalah ilegal untuk menolak, menghindari atau menolak untuk membayar pajak. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) bertanggung jawab untuk menyelenggarakan perpajakan nasional di Indonesia. Istilah "penghindaran pajak" mengacu pada praktik penghindaran pajak dengan cara yang tidak melanggar undang-undang perpajakan, biasanya dengan memanfaatkan celah atau "wilayah abu-abu" dalam undang-undang. Jumlah pajak yang terutang diturunkan oleh pembatasan itu sendiri. "Penghindaran pajak yaitu setiap pemotongan pajak yang melanggar undang-undang perpajakan dengan memberikan informasi yang tidak benar atau menyembunyikan data," tulis Kevin 2020, parafrase (Tandean dan Jonathan, 2016). Oleh karena itu, penghindaran pajak dapat menjadi tindakan pidana." , mengurangi beban pajak. Perusahaan terkadang menggunakan penghindaran pajak sebagai cara untuk menurunkan penghasilan kena pajak mereka, tetapi hal itu membuat mereka terkena hukuman dan persepsi publik yang negatif.

Konservatisme Akuntansi

Menurut (Savitri 2016), konservatif adalah gagasan kehati-hatian dalam pelaporan keuangan, dan dengan demikian, bisnis mengambil waktu mereka ketika menghitung aset dan keuntungan mereka dan menyatakan potensi kerugian atau kewajiban. Sedangkan sebagaimana dijelaskan oleh (Riahi 2011), prinsip konservatisme mengacu pada prinsip bahwa nilai aset dan nilai terendah dan nilai kewajiban dan biaya tertinggi harus dipilih untuk pelaporan. Pada

saat yang sama, didalam Penilaian aset dan kewajiban, aset dinilai terendah, sedangkan kewajiban dinilai pada nilai tertinggi.

Return On Assets

Untuk menghitung ROA, bagilah laba bersih (setelah pajak) dengan total aset perusahaan. Tingkat pengembalian total aset perusahaan juga dikenal sebagai "Pengembalian Aset." Salah satu cara untuk mengevaluasi keberhasilan organisasi yaitu dengan melacak laba atas asetnya. Semakin positif ROA, semakin jelas seseorang dapat mengklasifikasikan kinerja keuangan suatu perusahaan (Maharani dan Suardana 2014). Harta kekayaan atau harta kekayaan yang dimaksud ialah semua harta kekayaan perseroan yang diubah menjadi harta kekayaan perseroanoleh perseroan dengan modal sendiri atau modal asing, dan dipergunakan untuk seluruh harta kekayaan bagi kelangsungan hidup perseroan

Pendekatan return on assets (ROA) dipakai mengetahui besar return yang diperoleh perusahaan dari total asetnya (Darmawan dan Sukartha, 2014). Pengembalian aset (ROA) perusahaan sebanding dengan laba bersih dan tarif pajak penghasilan badan (Kurniasih dan Ratna Sari 2013). Dengan kata lain, ROA positif sebesar 2% menunjukkan bahwa aset yang digunakan untuk menghasilkan laba bersih adalah produktif. Hal semacam ini bisa meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor karena pengembalian dan dividen yang lebih tinggi, pengembalian aset yang lebih tinggi berarti laba bersih yang lebih tinggi untuk setiap rupiah uang yang tertanam didalam total aset.

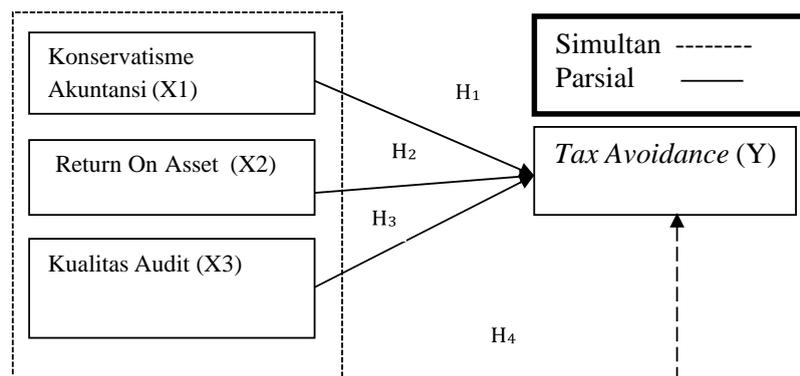
Kualitas Audit

Kualitas audit mengukur seberapa besar kemungkinan auditor akan mengidentifikasi salah saji material dalam laporan keuangan klien, seperti yang dinyatakan oleh Watkins et al (2004). Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) mendefinisikan audit yang baik adalah audit yang mengikuti semua aturan dan pedoman yang berlaku untuk melakukan audit. Deteksi salah saji, kepatuhan terhadap standar yang diterima secara luas, dan kepatuhan terhadap prosedur operasi standar adalah ukuran dimana kualitas audit dinilai, seperti yang dinyatakan oleh Wooten (2003). Auditor independen, terutama Big Four, dipandang menyediakan data keuangan yang lebih andal dan akurat bagi perusahaan yang laporan keuangannya telah mereka audit. KAP Non Big Four dan KAP Big Four dipakai sebagai proxy untuk kualitas audit. Dalam audit, kualitas dievaluasi menggunakan variabel palsu dan skala nominal (Annisa dan Kurniasih 2012).

Tax Avoidance

Secara umum, ada sejumlah jalan hukum yang terbuka bagi Anda untuk meminimalkan penghasilan kena pajak Anda. Menurut (Fun 2017), Sebagai tuntutan pemerintah yang memaksa, perpajakan selalu memotivasi warga negara yang taat hukum untuk mencari cara yang sah untuk menghindari pembayaran, yang juga dikenal sebagai penghindaran pajak. Selanjutnya menurut (Pohan 2017), Dalam buku Tax Administration, Tax Strategy and Corporate Planning mengemukakan bahwa penghindaran pajak pada hakikatnya adalah tindakan hukum untuk mengurangi kewajiban pajak yang tidak mengurangi kemampuan atau kewajiban wajib pajak untuk membayar.

Kerangka Penelitian



H1: *Konservatisme Akuntansi* berdampak pada *tax avoidance*

H2: *Return on Assets* berdampak pada *tax avoidance*

H3: *Kualitas Audit* berdampak pada *tax avoidance*

H4: *Konservatisme Akuntansi, Return on Assets*, dan Kualitas Audit bersama-sama secara simultan berdampak signifikan pada *tax avoidance*

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Prinsip positivis menyelidiki beberapa populasi atau sampel adalah inti dari pendekatan penelitian data kuantitatif (Sugiyono, 2017). Kumpulkan bukti dan analisis secara kuantitatif atau statistik untuk melihat apakah itu mendukung hipotesis kerja. Metode kausalitas komparatif digunakan dalam penelitian kuantitatif ini. Menggunakan probabilitas komparatif, peneliti dapat mencari penyebab suatu peristiwa. Makalah ini mengkaji dampak konservatisme akuntansi, pengembalian aset, dan kualitas audit terhadap penghindaran pajak dengan menggunakan data dari laporan keuangan perusahaan yang diperdagangkan di Bursa Efek. Data untuk analisis diambil dari laporan keuangan tahunan BEI melalui situs resmi BEI dan dianalisis menggunakan SPSS (Statistical Software Package for the Social Sciences) 25 sesuai dengan prosedur analisis statistik standar dan rumus variabel.

Objek Penelitian

Laporan laba rugi produsen makanan dan minuman yang diperdagangkan di BEI tahun 2018-2021 menjadi fokus penelitian ini. Konservatisme akuntansi, pengembalian aset, dan kualitas audit adalah tiga variabel independen yang diselidiki untuk efek potensial mereka pada ETR.

Jenis dan Sumber

Penelitian ini mengandalkan sumber informasi sekunder. Istilah "data sekunder" mengacu pada informasi yang diperoleh dari materi yang diterbitkan sebelumnya (Sugiyono 2017). Perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI secara berurutan dari 2018 hingga 2021 menjadi dasar data yang digunakan dalam analisis ini. Informasi tersedia melalui www.idx.co.id, situs resmi BEI

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah sekelompok hal atau orang yang ditentukan dari mana peneliti dapat mengumpulkan data dan menarik kesimpulan (Sugiyono 2017). Populasi yang dipertimbangkan dalam analisis ini terdiri dari 30 sampel representatif dari produsen makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2018-2021.

Sampel

Sampel dapat digunakan untuk membuat kesimpulan tentang populasi dari mana ia diperoleh. Sampel penelitian diambil dari populasi yang diminati. Ada banyak faktor yang harus dipikirkan saat menggunakan metode *sampling purpose sampling* (Sugiyono, 2017). Sampel dipilih sesuai dengan kriteria berikut:

1. Perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang tercatat di BEI dan tidak keluar selama 2018-2021.
2. Perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang tidak mengalami kerugian dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2021.
3. Perusahaan manufaktur dengan kebutuhan informasi dan analisis data yang lengkap di sub industri makanan dan minuman. Proses pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan (*purpose sampling*)

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian tersebut menggunakan dua teknik pengumpulan data yang berbeda:

1. Metode perpustakaan. Metode pengumpulan informasi melalui pencatatan dan pemeriksaan. Laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di BEI yang memproduksi makanan dan minuman untuk tahun 2018-2021 diperlukan untuk analisis ini. Dari situs resmi BEI (www.idx.co.id).
2. Metode pencatatan, yaitu pendekatan untuk mengumpulkan informasi dengan secara sistematis melacak dan memeriksa semua informasi terkait. Statistik dikumpulkan dari situs BEI, yaitu www.idx.co.id.

1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

a. *Konservatisme Akuntansi*

Watts (2003) mendefinisikan konservatisme sebagai pengakuan dan pengukuran aset dan keuntungan dengan kecepatan perusahaan sendiri daripada tergesa-gesa untuk mengidentifikasi dan menilai kerugian dan kewajiban prospektif. Penerapan prinsip ini telah menyebabkan pemilihan kebijakan akuntansi yang diarahkan pada pengakuan pendapatan atau aset. Mengurangi dan melaporkan peningkatan kewajiban. Akibatnya, pemberi pinjaman akan

terlindung dari risiko penurunan oleh neraca yang berisi aset bersih dan laporan keuangan tepat waktu yang berisi berita negatif (Haniati dan Fitriani, 2010).

$$CONACC = NIO + DEP - CFO (-1)$$

b. *Return On Assets*

Return on assets ialah pencapaian manajemen dalam memanfaatkan aset perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (profit). Keberhasilan suatu hasil pengelolaan bisa dilihat dari semakin tinggi nilai rasio ini, semakin tinggi rasio tersebut maka semakin produktif aset tersebut dalam hal menghasilkan keuntungan bersih. on assets ialah pencapaian manajemen dalam memanfaatkan aset perusahaan untuk mendapatkan keuntungan (profit). Keberhasilan suatu hasil pengelolaan bisa dilihat darisemakin tinggi nilai rasio ini, semakin tinggi rasio tersebut maka semakin produktif aset tersebut dalam hal menghasilkan keuntungan bersih.

$$ROA = \frac{LABA\ BERSIH\ SEBELUM\ LABA}{TOTAL\ AKTIVA}$$

c. *Kualitas Audit*

Menurut De Angelo (1981), kualitas audit meningkat dengan meningkatnya ukuran KAP. Selanjutnya, audit merupakan faktor kunci dalam keandalan informasi keuangan, dan banyak penelitian telah menunjukkan bahwa Big Four KAP menawarkan kualitas yang lebih tinggi daripada KAP non-Big Four, karena Big Four KAP bersikeras bahwa klien mereka menggunakan praktik manajemen mutakhir (Yasar, 2013).). Untuk menentukan kualitas audit organisasi, variabel dummy dapat digunakan untuk menetapkan nilai 1 jika perusahaan telah diaudit oleh salah satu KAP Empat Besar dan nilai 0 sebaliknya.

$$KAP\ BIG\ FOUR$$

d. *Tax Avoidance*

Variabel yang sudah ada, variabel dependen dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam analisis ini, penghindaran pajak merupakan variabel terikat. Menurut buku "Tax Management - Tax and Business Planning Strategies" oleh (Pohan 2017, 23), penghindaran pajak merupakan upaya agar wajib pajak aman secara hukum dalam rangka penghindaran pajak, karena tidak ada kontradiksi antara ini dan penghindaran pajak.. Teknik dan pendekatan yang dipakai untuk mengurangi kewajiban pajak biasanya memanfaatkan ambiguitas (area abu-abu) dalam peraturan perpajakan. Estimasi tarif pajak efektif (ETR) digunakan untuk menentukan sejauh mana penghindaran pajak dalam analisis ini. Laba sebelum pajak (ETR) ditentukan dengan membagi penghasilan kena pajak dengan penghasilan sebelum pajak.

menggunakan tarif pajak efektif (ETR), yakni beban pajak penghasilan dibagi dengan penghasilan sebelum pajak. Rumus berikut digunakan untuk menghitung penghindaran pajak, yakni:

$$ETR = \frac{Beban\ Pajak\ Penghasilan}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$$

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tentukan apakah variabel bebas dapat menjelaskan sebagian atau seluruhnya variabel terikat dengan menghitung koefisien determinasi. Jika hasilnya mendekati 1, maka variabel independen yang diuji menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk meramalkan variasi variabel dependen. Nilai R square yang disesuaikan sama dengan nol jika dan hanya jika negatif.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,471 ^a	,222	,178	,03314	1,971

- a. Predictors: (Constant), KA, CONACC, ROA
- b. Terikatt Variable: ETR

Sumber: Pengolahan SPSS 25

Nilai r square terkoreksi yang diperoleh adalah 0,178, dan tabel sebelumnya menunjukkan bahwa koefisien determinasi memiliki nilai R Square positif = 0,222. Konservatisme akuntansi, pengembalian aset, dan kualitas audit adalah semua faktor yang dapat digunakan untuk menjelaskan 22,2% penghindaran pajak yang dijelaskan ini. Faktor-faktor lain menyumbang 77,8% sisanya dari total dampak.

1. Tabel Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji signifikansi parsial untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan varians variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana konservatisme, pengembalian aset, dan kualitas audit sebagian mempengaruhi penjelasan penggelapan pajak. Penentuannya dilakukan dengan membandingkan dua kriteria sebagai berikut.

Hasil Uji Statistik T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	0,261	0,009		27,732	0,000
CONACC	-7,460E-11	0,000	-0,101	-0,835	0,408
ROA	-0,266	0,088	-0,369	-3,026	0,004
KA	0,019	0,010	0,240	1,966	0,055

a. Terikatt Variable: ETR

Sumber: Pengolahan SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai t hitung yang dihasilkan sebesar -0,835 untuk variabel konservatisme akuntansi, nilai -3,026 untuk *return on asset*, dan nilai sebesar 1,966 untuk kualitas audit. Kemudian nilai signifikansi yang diperoleh untuk konservatisme akuntansi dan Kualitas audit di atas nilai 0,05 dan hanya variabel return on asset yang memperoleh signifikansi dibawah 0,05. Artinya tidak ada hubungan antara kualitas audit dengan keketatan akuntansi dan penghindaran pajak. Satu-satunya variabel yang mempengaruhi penghindaran pajak adalah tingkat pengembalian aset.

Uji Signifikansi Simultan F (Uji F)

Uji F dilakukan melihat model regresi yang dipilih cukup sesuai dengan data. Nilai F tabel yang dihasilkan dengan mengalikan 2,78 dengan nilai signifikansi pada output temuan regresi pada tingkat signifikansi = 0,05 dibandingkan dalam pengujian ini. Memiliki probabilitas lebih besar dari menunjukkan bahwa model regresi tidak berfungsi. Hal ini berlaku sebaliknya (Ghozali 2018). Pengujian ini juga untuk menunjukan pengaruh simultanyang terjadiantara variabel bebas konservatisme, *return on asset*, dan kualitas audit dengan *tax avoidance* atau penghindaran pajak sebagai variabel terikat didalam penelitian ini,

Hasil Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,017	3	,006	5,041	,004 ^b
	Residual	,058	53	,001		
	Total	,075	56			

- a. Terikatt Variable: ETR
b. Predictors: (Constant), KA, CONACC, ROA

Sumber : Pengelolaan SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian statistik f di tabel atas, menunjukkan bahwa nilai hasil pengujian statistik F di atas menjelaskan bahwa nilai Fhitung 5,041 di atas nilai F tabel > 2,78 dan nilai signifikansebesar 0,004 di bawah 0,05. Sehingga variabel bebas konservatisme, return on asset, dan kualitas audit didalam penelitian ini secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi *tax avoidance*.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membahas topik-topik berikut dengan melakukan studi kasus praktik penghindaran pajak di antara perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2021:

1. Uji-t menunjukkan adanya hubungan antara konservatisme akuntansi dengan penghindaran pajak, dengan nilai sig 0,835 dan koefisien regresi positif 0,408. Menurut hasil penelitian ini, praktik akuntansi perusahaan, seperti pelaporan laba yang tepat waktu atau tertunda dan fokus pada biaya pengajuan, dapat mempengaruhi kecenderungan mereka untuk menghindari pembayaran pajak.
2. Pengembalian aset tidak berdampak pada penghindaran pajak. Hasil uji-t menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 3,026 dan koefisien regresi positif sebesar 0,004 mendukung kesimpulan tersebut. Temuan studi menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas perusahaan tidak berpengaruh pada penghindaran pajak.
3. Penerapan standar pemeriksaan atas penghindaran pajak. Uji-t menunjukkan hal ini dengan tingkat signifikansi 1,966 dan koefisien regresi -0,0055. Temuan studi menunjukkan bahwa perilaku penghindaran pajak dipengaruhi oleh apakah KAP mempekerjakan auditor KAP atau tidak, dengan kompetensi dan independensi KAP terutama pada auditor KAP karena persentase mitra yang lebih tinggi di auditor KAP. Ini karena jarak terbangnya yang jauh. Namun, ada potensi bahaya di masa depan .
4. Perusahaan manufaktur di subsektor makanan dan minuman dipengaruhi secara signifikan dalam perilaku penghindaran pajak mereka oleh konservatisme akuntansi, pengembalian aset, dan kualitas audit dari 2018 hingga 2021. Uji F menegaskan hal ini, dengan nilai F 0,04 signifikan secara statistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim dan Supomo. 2018. Keunggulan Return On Asset.
- Asyik, Saputra. 2017. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 6, No. 8, hlm: 1-19.
- Bhismo Ananta Nugroho. 2016. Pengaruh Konservatisme Akuntansi (Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan IFRS), Return On Assets, dan Sales Growth terhadap Tax Avoidance.
- Darmawan dan Sukartha. 2014. Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, Return on Assets Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak. : 143–61.
- Effendi. 2016. "Peran Internal Audit Didalam Implementasi Enterprise Risk Management Berupa Pelaporan Kerusakan Prosedur Risiko. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 14(2): 912–35.
- Ghozali. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. 41.

- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*
- Handayani, Rini. 2018. Pengaruh Return on Assets (ROA), Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Perbankan Yang Listing Di BEI Periode Tahun 2012-2015. *Jurnal Akuntansi Maranatha* 10(1): 72–84.
- Indriani, Mita Devi, and Juniarti. 2020. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*: 1–19.
- Juanda, Ahmad. 2007. “Pengaruh Risiko Litigasi Dan Tipe Strategi Terhadap Hubungan Diantara Konflik Kepentingan Dan Konservatisme Akuntansi. *Simposium Nasional Akuntansi X*: 1–25.
- Karayan, John E dan Charles W. Swenson. 2007. *Strategic Business Tax Planning*.
- Kurniasih, Tommy, and Maria Ratna Sari. 2013. Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi* 18(1): 58–66.
- Liansheng. 2007. *Effect of Effective Tax Rate in China*.
- Mafiana Annisya, Lindrianasari & Yuztitya Asmaranti. 2016. Pendeteksian Kecurangan Laporan Keuangan Menggunakan Fraud Diamond. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* 23(1): 72–89.
- Maharani, I Gusti Ayu Cahya, and Ketut Alit Suardana. 2014. Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas Dan Karakteristik Eksekutif Pada Tax Avoidance Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 2: 525–39.
- Mardiasmo. 2018. *Perpajakan Edisi Revisi Tahun 2018*. Munawir. 2017. *Analisa Return on Assets*.
- Permata. 2018. *Return On Assets*.
- Pohan. 2017. *Pembahasan Komprehensif Pengantar Perpajakan*.
- Putra. 2012. Komite Audit. *Ikai.Id*: 1. <https://www.ikai.id/>.
- Rebecca, Yulisa, and S.V Siregar. 2012. Pengaruh Corporate Governance Index, Kepemilikan Keluarga Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Biaya

- Sahabatnesia. 2021. Teori Agensi.
- Savitri, Enni. 2016. *Konservatisme Akuntansi*. 1st ed. Riau. Sugiyono. 2013. Etode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.
- Sugiyono 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Suharli, Wisanggeni &. 2017. Wisanggeni & Suharli,
2017. Sujarweni. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi,
- Tandean, Vivi Adeyani, and Jonathan. 2016. Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers UNISBANK* (2008): 703–8.
- Xynas. 2011. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* 12(2): 163–85.
- Winata F. 2014 Pengaruh Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, Kualitas Audit, Komite Audit terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Sarra, H. D. (2017). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Komite Audit Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Industri Kimia Dan Logam Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014). *Competitive*, 1(1)
- Batara, M. M. (2015). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Tax Avoidance. *EJurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(3), 705-722.
- Novi Sundari, V. A. (2017). Pengaruh Konservatisme Akuntansi, Intensitas Aset Tetap Kompensasi Rugi Fiskal Dan Corporate Governanace Terhadap Tax Avoidance. *Jrak*, 8(1), 85-109
- Astrian, Afri, Dwi Fitri Puspa, dan Ethika. 2014. Pengaruh Corporate Governance Dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta*.

Pengaruh Kelengkapan Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang)

Hirim M Naibaho^{1)*}, Andy²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾hirim.naibaho01@gmail.com

²⁾andy.andy@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Kelengkapan Produk
Promosi
Lokasi
Keputusan Pembelian

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kelengkapan produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 96 responden yang merupakan pelanggan dan konsumen Alfamidi Kukun Raya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 25. Teknik pengujian data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji analisis regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil data Alfamidi Kukun Raya menunjukkan bahwa nilai t hitung kelengkapan produk sebesar $3,686 >$ nilai t tabel $1,989$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, nilai t hitung promosi sebesar $3,475 >$ nilai t tabel $1,989$ dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung lokasi sebesar $5,589 >$ nilai t tabel $1,989$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya secara parsial berpengaruh signifikan antara kelengkapan produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

I. PENDAHULUAN

Bisnis atau usaha adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu atau suatu organisasi yang memproduksi, membeli, menjual dan menukar suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat/orang dengan tujuan memperoleh laba atau keuntungan. Dimasa sekarang ini, perkembangan suatu perusahaan dapat berubah dengan cepat, sehingga dengan adanya suatu perkembangan yang sangat signifikan ini menimbulkan suatu persaingan dunia usaha dengan berbagai macam jenis. Untuk itu suatu usaha atau perusahaan harus mampu mengembangkan dan harus bisa mencari suatu peluang usaha untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan jumlah konsumennya.

Perkembangan suatu kegiatan bisnis khususnya dibidang pemasaran yang semakin hari semakin meningkat, kehadiran pasar tradisional mulai bersaing dengan adanya usaha retail. Hal ini memungkinkan peluang pangsa pasar sebagian besar perusahaan yang memenangkan persaingan

bisnis. Diantaranya adalah menginvestasikan modal yang mereka punya ke dalam usaha waralaba, sehingga memungkinan usaha yang dimulai siap untuk bersaing dengan pesaing.

Semakin ketatnya tingkat persaingan pada pelaku bisnis, membuat para pengusaha harus benar-benar berhati-hati dalam memilih barang atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen karena konsumen akan lebih selektif untuk memilih kebutuhan barang dan jasa yang akan mereka gunakan dan pastinya konsumen akan memilih produk yang berkualitas baik. Pertumbuhan bisnis yang pesat menuntut pelaku bisnis untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Berbagai bentuk toko ritel muncul dalam bentuk, sebagai contoh minimarket dan supermarket, dan hypermart. Adapun beberapa contoh minimarket yang tersebar di Indonesia yaitu Alfamidi, Alfamaret, dan Indomaret. Ketiga minimarket ini berkembang dengan pesat di berbagai di Indonesia, secara khusus minimarket Alfamidi yang berada di wilayah kota Tangerang, Banten yang saat ini saya digunakan sebagai bahan penelitian.

Dalam menghadapi persaingan ini, Alfamidi harus mampu menjalankan strategi pemasaran untuk mempertahankan pelanggan. Alfamidi harus berusaha memonopoli pangsa pasar dengan berbagai strategi pemasaran yang berbeda dan layanan dengan tujuan akhir mencapai keuntungan yang maksimal dengan efisiensi kinerja yang optimal. Syarat suatu perusahaan untuk dapat berhasil dalam persaingan adalah perusahaan harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan produk yang lengkap, memperkuat promosi dan lokasi perusahaan yang strategis sehingga perusahaan dapat mempertahankan pelanggannya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain kelengkapan produk yang ditawarkan oleh seorang pengusaha (Hernawan et al., 2019). Oleh karena itu, dengan banyaknya jenis produk berbeda yang dijual, dengan arti produk lengkap seperti merek, kualitas, ukuran, dan ketersediaan produk, para pengusaha perlu membuat keputusan yang tepat tentang jenis produk yang akan dijual, agar konsumen dapat memilih dan membeli produk sesuai dengan kebutuhan mereka. Kelengkapan produk adalah syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah mencapai tujuan tersebut dengan mengimplementasikan pelayanan yang baik dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di benak konsumen yang nantinya akan menimbulkan loyalitas yang berkelanjutan (Masibbuk et al., 2019).

Promosi adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan, menyediakan suatu produk baik itu barang atau jasa kepada pelanggan dan membuat mereka tertarik untuk membeli atau mengkonsumsi barang tersebut. Promosi digunakan oleh perusahaan untuk mempresentasikan produknya pada segmen pasar yang menjadi target pasarnya. Strategi promosi yang dilakukan oleh Alfamidi Kukun Raya, Tangerang yaitu dengan menggunakan media cetak/media elektronik untuk mendukung sarana promosinya, Alfamidi juga biasanya menyelenggarakan promosi untuk peringatan hari besar nasional dan bekerjasama dengan media luar melalui sponsorship event.

Lokasi merupakan faktor penting bagi setiap bisnis atau perusahaan. Gerai di tempat yang tepat akan lebih sukses dibandingkan gerai lain yang letaknya tidak strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama serta pramuniaga yang berkualitas. Memilih lokasi merupakan keputusan penting untuk mengajak pelanggan agar belanja kebutuhan sehari-hari.

Pengambilan keputusan konsumen (consumer decision making) adalah proses terpadu yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku dan memilih salah satunya, pelanggan akan merasa puas jika sudah melakukan proses transaksi pembelian (pelanggan sudah merasakan manfaat dari produk yang sudah dibeli) dan tentunya dalam proses transaksi pembelian ini melibatkan keputusan pembelian (Setiadi, 2010). Faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian dari segi pemasaran yaitu produk, harga, promosi, lokasi, dan sumber daya manusia. Pada penelitian kali ini yang akan diteliti ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kelengkapan produk, promosi, dan lokasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Secara umum, pemasaran adalah kegiatan yang direncanakan secara menyeluruh atau kompleks oleh suatu perusahaan yang melibatkan beberapa pihak dan memakan waktu serta tenaga untuk melakukan berbagai upaya agar dapat memenuhi permintaan pasar. Maka dari itu pemasaran dilakukan melalui proses, langkah-langkah, atau tahapan tertentu.

Menurut (Kotler & Keller, 2019) dalam buku yang berjudul Manajemen Pemasaran menyatakan bahwa :

“Pemasaran adalah suatu proses penataan komunikasi terpadu dengan tujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan serta keinginan manusia.”

Menurut (Oentoro, 2019)

“Pemasaran adalah proses sosial dan administratif bagi individu maupun kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuh atau inginkan melalui pertukaran produk dan nilai. ”

Kelengkapan produk

Menurut (Arif, 2020) menyatakan bahwa :

“Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk dilihat, diperoleh, digunakan maupun dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.”

Menurut (Kotler & Keller, 2019) menyatakan bahwa :

“Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen”

Promosi

Menurut (Daulany & Manaf A, 2017) menyatakan bahwa :

“Promosi penjualan merupakan salah satu strategi yang efektif untuk digunakan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan volume penjualan produknya secara signifikan dalam kurun waktu yang singkat.”

Menurut (Ari, 2018) menyatakan bahwa :

“Segala bentuk promosi merupakan suatu upaya untuk mempengaruhi konsumen, atau yang lebih spesifik promosi adalah elemen dari bauran pemasaran (marketing mix) suatu perusahaan.”

Lokasi

Menurut (Tjiptono, 2018) menyatakan bahwa :

“Lokasi bersandar pada seputar kegiatan pemasaran yang dimaksudkan untuk mempromosikan dan memfasilitasi penyampaian atau distribusi produk dari produsen ke konsumen.”

Menurut (Kotler & Amstrong, 2015) menyatakan bahwa :

“Lokasi merupakan tempat berbagai aktivitas perusahaan untuk membuat produk yang diproduksi atau dijual tersedia di pasar sasaran dengan harga yang terjangkau.”

Keputusan pembelian

Menurut (Tjiptono, 2018) menyatakan bahwa :

“Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen mengidentifikasi masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu serta mengevaluasi beberapa opsi alternatif yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dan mengarahkan pada keputusan pembelian.”

Menurut (Lubis, 2018) menyatakan bahwa :

“Pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.”

III. METODE

1. Jenis data

Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan mendeskripsikan data yang bersifat bilangan atau numerik untuk menggunakan rumus statistik dan matematika dalam menentukan jumlah atau besaran yang diharapkan.

2. Sumber data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang tidak tersedia melalui file atau data perantara. Data primer harus diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber asli yang melibatkan responden yang telah ditentukan. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner untuk dibagikan kepada konsumen atau pelanggan Alfamidi Cadas Kukun agar diisi, melakukan wawancara, dokumentasi dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada di tempat penelitian, berisi informasi yang diperoleh dari sumber lain sehingga peneliti hanya berusaha mencari dan mengumpulkan data saja. Data sekunder ini didapatkan dari buku referensi dan sumber lain yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti.

Pada penelitian ini, sumber data yang akan dipergunakan kuisioner/survey yang akan dilakukan dan didapatkan langsung dari responden yaitu semua konsumen atau pelanggan untuk memperoleh fakta dari survey dan akan dihitung secara numerik dari hasil survey peneliti yang isinya berupa pertanyaan tentang judul karya penelitian penulis.oleh peneliti merupakan sumber data primer karena peneliti akan memperoleh fakta.

3. Populasi dan sampel

a. Populasi

Menurut (Ferdinand, 2014) menyatakan bahwa :

“Populasi merupakan kumpulan dari semua elemen yang berbentuk peristiwa, objek atau semua elemen yang berupa orang-orang dengan karakteristik yang sama dan dianggap menarik sehingga hal tersebut dinilai sebagai semesta penelitian.”

Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dan pelanggan yang ada di Alfamidi Cadas Kukun, Tangerang. Jumlah dari seluruh konsumen dan pelanggan pada Alfamidi ini tidak kalah terbatas dan jumlahnya tidak dapat dihitung dan termasuk dalam kategori populasi tak terhingga.

b. Sampel

Menurut (Kotler & Keller, 2019) menyatakan bahwa :

“Sampel adalah bagian dari populasi (contoh) dan dijadikan sebagai bahan penelitian dengan harapan sampel yang diambil dari populasi dapat mewakili (representatif) terhadap populasi tersebut.”

Jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini sangat banyak dan jumlahnya tidak dapat dihitung atau jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti. Jadi, jumlah sampel yang akan diambil peneliti akan menggunakan rumus yang dibuat oleh Lemeshow. Jadi, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuisioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden yang kemudian akan dijawab.

b. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung pada objek penelitian mengenai keputusan konsumen.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan artikel-artikel, membaca dan mempelajari buku-buku, skripsi, referensi serta literatur yang berhubungan dengan permasalahan atau materi yang akan diteliti yang berguna untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

5. Pengukuran

Uji yang digunakan pada penelitian yang telah dilakukan adalah :

a. Uji Deskriptif

Analisis deskriptif (Gustina, 2018) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengevaluasi karakteristik sebuah data. Dengan analisis ini, penulis dapat mengklasifikasikan, menafsirkan dan menganalisis data yang telah didapatkan sebagai gambaran umum tentang masalah yang diteliti.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang diperoleh dalam penelitian berdistribusi normal atau mendekati normal.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui, menghitung koefisien korelasi berganda dan membandingkan dengan koefisien korelasi antar variabel bebas dalam bentuk model regresi.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dan melihat apakah dalam fungsi regresi terjadi gangguan atau ketidaksamaan varian sebuah pengamatan dengan pengamatan lain.

c. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut (Priyatno, 2016) menyatakan bahwa :

“Valid artinya instrument tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur objek yang seharusnya diukur.”

Menurut (Priyatno, 2016) menyatakan bahwa :

“Uji reliabilitas dipergunakan untuk mengetahui konsistensi suatu alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan sudah sesuai, dapat diandalkan dan konsisten atas pengukuran jika ditinjau ulang.”

d. Uji Hipotesis

Menurut (Priyatno, 2016) menyatakan bahwa :

Uji f (uji stimulan) bertujuan untuk mengetahui dan menguji besarnya pengaruh dari semua variabel bebas secara stimulan terhadap variabel terikat.

Menurut (Priyatno, 2016) menyatakan bahwa :

Uji t (parsial) bertujuan untuk menguji semua variabel bebas (kelengkapan produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3)) apakah terdapat pengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian (Y)) secara parsial.

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas (kelengkapan produk, harga dan promosi) dapat menjelaskan variasi variabel terikat (keputusan pembelian konsumen).

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Tabel IV. 1
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,897 ^a	,805	,798	3,205

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kelengkapan Produk, Promosi

Dari tabel IV.1 diatas dapat dilihat bahwa besarnya korelasi antara variabel independen dengan dependen pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang adalah sebesar 0,897. Hal ini berarti 0,897 mempunyai hubungan kelengkapan produk (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yang kuat. Selanjutnya nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,798 yang artinya pengaruh variabel independen (kelengkapan produk (X1), promosi (X2) dan lokasi(X3)) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian (Y)) sebesar 79,8%.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Tabel IV. 2
Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,484	2,146		,226	,822
	KELENGKAPAN PRODUK (X1)	,325	,088	,311	3,686	,000
	PROMOSI	,269	,077	,295	3,475	,001
	LOKASI	,392	,070	,381	5,589	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel IV.2 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X1 adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,686 > t$ tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.
2. Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X2 adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,475 > t$ tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.
3. Diketahui nilai Sig. Untuk pengaruh X3 adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $5,589 > t$ tabel 1,989, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan Ho ditolak yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y.

• **Uji F**

Tabel IV. 65
Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3888,566	3	1296,189	126,211	,000 ^b
	Residual	944,841	92	10,270		
	Total	4833,406	95			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, KELENGKAPAN PRODUK (X1), PROMOSI

Berdasarkan tabel IV.65 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk, promosi dan lokasi secara stimulan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung $126,211 > nilai F$ tabel 2,70 dan sig a

$(0,000^b) < \text{nilai } a = 5\% (0,05)$. Nilai F hitung $> F$ tabel diperoleh dengan melihat tabel F dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $a = 5\%$, $F \text{ tabel} = (k:n-k)$. Maka nilai F tabel sebesar 2,70. Dengan demikian, diperoleh nilai F hitung $> \text{nilai } F \text{ tabel} (126,211 > 2,70)$. Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis maka H_a diterima dan H_o ditolak.

V. KESIMPULAN

1. Pengaruh Kelengkapan Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima, dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar $3,686 > t \text{ tabel } 1,989$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Persamaan regresi Keputusan Pembelian Alfamidi Kukun Raya = $0,484 + 0,325X_1$. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

2. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima, dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar $3,475 > t \text{ tabel } 1,989$ dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Persamaan regresi Keputusan Pembelian Alfamidi Kukun Raya = $0,484 + 0,269X_2$. Hal ini menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

3. Pengaruh Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis H_a ditolak dan H_o diterima, dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar $5,589 > t \text{ tabel } 1,989$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Persamaan regresi Keputusan Pembelian Alfamidi Kukun Raya = $0,484 + 0,392X_3$. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

4. Pengaruh Kelengkapan Produk (X1), Promosi (X2) dan Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

Berdasarkan hasil hipotesis, dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima, dapat dilihat dari nilai F hitung $126,211 > \text{nilai } F \text{ tabel } 2,70$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian data panel menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang sebesar 0,798 yang artinya bahwa sebesar 79,8% keputusan pembelian dijelaskan oleh kelengkapan produk, promosi dan lokasi, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk, promosi dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh cukup kuat, positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Alfamidi Kukun Raya, Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, S. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Andi Offset.
- Arif, M. N. (2020). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Daulany, R., & Manaf A, A. (2017). *Strategi dan Workshop Kewirausahaan*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustina, H. (2018). *Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Masita*. 102.
- Hernawan, E., AgusKusnawan, Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). *Implementation of Tax Consultant Monitoring Information System to Increase Client Satisfaction with E-CRM*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2019). *Manajemen pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. PT. Indeks.
- Lubis, N. A. (2018). *Pengaruh Suasana Toko Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Oke Supermarket Tanjung Morawa*. 1–70.
- Masibbuk, I., Moniharapon, S., & W.J Ogi, I. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dantata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22382>
- Oentoro, D. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Lakbang Pressindo.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS Handbook Analisis Data, Olah Data & Penyelesaian Kasus-kasus Statistik*. MediaKom.
- Setiadi, N. (2010). *Perilaku konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen*. Kencana Prenada Media.
- Tjiptono, F. (2018). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia Publishing.

Pengaruh Transfer Pricing, Thin Capitalization Dan Tax Haven Utilization Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Pada Sektor Industri Makanan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2020)

Kezia Natasha Septiani^{1)*}, Suryadi Winata²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Kezianatasha3@gmail.com

²⁾suryadi.winata@buddhidharma.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Transfer Pricing
Thin Capitalization
Tax Haven Utilization
Tax Aggressive Actions

Abstrak

Tujuan riset ini yakni buat mengenali pengaruh dari Thin Capitalization dan Transfer Pricing serta Tax haven Utilization mengenai Aksi Agresivitas Pajak. Tipe riset ini memakai pengujian hipotesis yang menerangkan sifat dari ikatan beberapa variabel yang memiliki tujuan buat menerangkan ikatan antara variabel- variabel lewat analisis informasi dalam pengujian hipotesis. Objek dalam riset ini merupakan industri yang menjual benda konsumtif yang terdaftar di Bursa Dampak Indonesia tahun 2017- 2020. Metode pengambilan ilustrasi dalam riset ini merupakan tata cara Purposive sampling. Riset ini memakai analisis regresi informasi panel buat menganalisis pengaruh masing- masing variabel independen serta dependen. Pengujian hipotesis dicoba dengan program. Bersumber pada nilai yang diperoleh hasil riset membuktikan kalau *Transfer Pricing* tidak mempengaruhi Aksi Agresivitas Pajak, *Transfer Pricing* tidak mempengaruhi Aksi Agresivitas Pajak, serta *Tax haven Utilization* tidak mempengaruhi Aksi Agresivitas Pajak.

I. PENDAHULUAN

Setiap penduduk warga negara Indonesia yang mencakup standar subjektif serta objektif dalam membayar pajak memiliki kewajiban untuk itu. Pasal 23 A UUD 1945 yang menyatakan kalau“ Pajak serta pungutan lain yang bertabat memaksa buat keperluan negeri diatur dengan undang- undang”, mengatur tentang kewajiban membayar pajak. Pajak juga memegang posisi paling signifikan di Indonesia, sebagai sumber utama pendanaan APBN serta kebutuhan dan kesejahteraan masyarakat. lebih terbuka sebagai hasilnya, memberikan kesempatan kepada usaha kecil dan besar yang ada untuk terlibat dalam persaingan yang lebih ketat saat mereka mengembangkan strategi bisnis baru dan cara untuk meningkatkan pendapatan guna memenuhi tujuan mereka. Penerimaan pajak negara meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah perusahaan. Penerimaan pajak merupakan bagian dari penerimaan negara yang terus bertambah dari tahun ke tahun. Tidak hanya selaku penerimaan negeri(guna budgetair), guna pajak pula ialah selaku perlengkapan dalam mengendalikan ataupun melakukan peraturan pemerintahan dalam bidang ekonomi serta sosial (guna regulerend), Mardiasmo(2016) dalam Falbo & Firmansyah (2018). Oleh karena itu, memenuhi tujuan penerimaan pajak menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa sistem perpajakan berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Penerimaan pajak memiliki peran penting pada dana APBN bisa dilihat berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017-2020, realisasi penerimaan pajak di Indonesia selama lima tahun terakhir mencapai Rp. 1.333,98 triliun (pada tahun 2017) dan mengalami penurunan sebesar

Rp 1.285,1 triliun pada tahun 2020 akibat pandemi covid-19 dan mengalami peningkatan sampai Juli 2020 Rp 647,7 triliun (BPS 2020).

Agresivitas pajak yakni tindakan yang diambil oleh industri untuk mengurangi kewajiban perpajakannya. Mary Margaret Frank, seorang sarjana akuntansi bisnis di University of Virginia, Amerika Serikat, mengatakan agresivitas pajak adalah tindakan legal atau ilegal perencanaan pajak untuk mengurangi laba kena pajak. Namun perlu diingat bahwa tidak semua praktik perencanaan pajak dianggap sebagai pajak publik (Wikipedia. com).

Mahulae, Pratomo, & Nurbaiti (2016), mendefinisikan penghindaran pajak sebagai upaya wajib pajak untuk menghindari membayar pajak ilegal, yang jelas menunjukkan bahwa tindakan tindakan tersebut termasuk melanggar hukum. Kegiatan perpajakan yang sah, seperti ketika bisnis hanya menggunakan kelemahan atau celah undang-undang perpajakan, dan tindakan pajak yang melanggar hukum, seperti penghindaran pajak diluar batas aturan yang diberikan pada Wajib Pajak dalam mengurangi total pajak terhutang oleh perusahaan. Karena semakin banyak bisnis yang terlibat dalam agresi pajak, pendapatan pemerintah akan lebih rendah dari yang seharusnya dan lebih sedikit uang yang akan tersedia untuk membiayai program publik bagi masyarakat umum. Biasanya, wajib pajak perusahaan menggunakan celah dalam undang-undang dan aturan pajak lainnya. Cacat ini pula dikenal dengan sebutan grey area, ialah kesenjangan peraturan ataupun kelemahan yang terdapat antara perpajakan ataupun perencanaan yang diizinkan serta yang dilarang.

Fenomena mengenai tax haven yang pernah terjadi di Indonesia , salah satunya adalah kasus korupsi yang dilakukan direktur Pertamina. Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) membeberkan perjalanan proses penyelidikan kasus mafia migas yang menjerat Bambang Irianto sebagai tersangka. Bambang ditetapkan sebagai tersangka terkait jabatan Managing Director Pertamina Energy Service (PES) 2009-2013. Bambang diketahui juga pernah menjabat Direktur Utama Pertamina Energy Trading (Petral) Wakil Ketua KPK Laode M Syarif mengakui proses penyelidikan berlangsung lama, sejak 2014 lalu.

Thin Capitalization, menurut OECD (2012), adalah praktik menggunakan utang sebagai sumber pendanaan utama perusahaan daripada saham. Menurut Blouin et al. (2013), “thin capitalization is a firm strategy to finance its business operations by preferring debt over equity”.

Aplikasi kapitalisasi tipis ialah salah satu aspek yang pengaruhi penghindaran pajak. Kapitalisasi tipis merupakan aplikasi pembiayaan cabang ataupun anak industri industri dengan proporsi utang berbunga lebih besar daripada ekuitas(Gunadi 1994a, 198). Kapitalisasi tipis merupakan pinjaman hutang ataupun ekuitas dari pemegang saham ataupun pihak yang mempunyai ikatan spesial dengan peminjam(Gunadi 1994a, 279). Secara teori, industri ingin dibiayai dengan lebih banyak utang daripada ekuitas, sehingga menciptakan utang yang besar serta anggapan kalau industri berhutang banyak kepada pihak ketiga. Kerugian pemasukan pajak yang besar akibat pengurangan pajak pada tingkatan utang yang besar sudah mendesak negara-negara maju buat mengadopsi ketentuan kapitalisasi tipis buat melindungi basis pajak mereka(Richardson et angkatan laut(AL)., 1998).

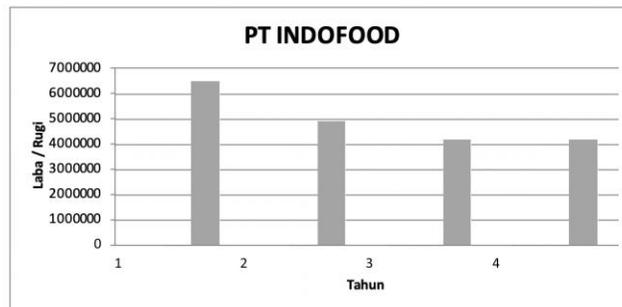
Salah satu perusahaan yang terkenal adalah PT Indofood. Perusahaan ini mempunyai produk-produk yang di pasarkan sudah terkenal di seluruh Indonesia . Berikut dibawah ini adalah contoh laporan Laba/ rugi industri PT Indofood sepanjang 4 tahunan terakhir, sasaran pemasukan pajak dari pemerintah akan tercatat pada anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN) hadapi kenaikan. Berikut ialah tabel realisasi serta sasaran Penerimaan Pajak Tahun 2017– 2020:

Tabel 1. Realisasi dan target Penerimaan Pajak Tahun 2017 – 2020

NO	KETERANGAN	TAHUN			
		2017	2018	2019	2020
1	Target	1.472,7 Triliun	1.424 triliun.	1.577,6 Triliun	1.198,82 triliun.
2	Realisasi	1.125,1 Triliun	1.315, 93 triliun	1.332,1 triliun	1.069,98 triliun

Berdasarkan Tabel realisasi dan taget penetiamaan pajak di akhir tahun 2017 – 2020 di atas , Terjadi perbedaan jumlah presentansi target pemasukan pajak , target pajak menjalani peningkatan dari tahun 2017 – 2019 dan mengalami penurunan mulai dari tahun 2019 – 2020.

Tabel 2. Laporan L/R



Sumber: *IDX.com*

Berdasarkan Tabel 2. total laba/ rugi di akhir tahun 2017 – 2020, Terjadi perubahan jumlah total laba , laba / rugi mengalami penurunan dari tahun 2017 – 2019 dan kenaikan di tahun 2020. Seperti dijelaskan di atas, peneliti memiliki keinginan untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengadopsi langkah-langkah pajak positif. Faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah thin capitalization, transfer pricing dan tax haven sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan sampel industri makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2017-2020.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan

Teori keagenan (Jensen dan Meckling, 1976) menjelaskan bahwa perusahaan merupakan Hubungan antara pemegang saham (principal) dan manajemen adalah hubungan kontraktual (agent). Sering terjadi konflik pada hubungan ini karena perbedaan kepentingan. Perbedaan kepentingan inilah yang dapat berpengaruh terhadap bermacam perihal yang berkaitan dengan kinerja industri, salah satunya yakni kebijakan industri menimpa pajak.

Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak yakni merupakan contoh aksi dimana diperuntukan guna merendahkan laba yang terkena pajak lewat perencanaan pajak (Frank et angkatan laut(AL)., 2009). Aktivitas penyiapan pajak yang kasar mencakup seluruhnya, apakah cocok ataupun tidak pantas, sah ataupun kriminal, ataupun masuk ke daerah abu- abu.(Lanis& Richardson, 2012). Agresivitas pajak dikira

selaku sesuatu aktivitas yang tidak memiliki tanggung jawab secara sosial (Lanis& Richardson, 2012).

Transfer Pricing

Transfer pricing yang umumnya dilaksanakan oleh industri multinasional yakni pertukaran benda serta jasa antara bermacam divisi industri dengan harga yang melambung, baik dengan menaikkan(mark up) ataupun merendahkan(mark down). Industri melaksanakan aksi Transfer Pricing didorong oleh aspek pajak dimana industri menggunakan celah- celah dalam syarat perpajakan di sesuatu negeri tanpa melanggar syarat yang berlaku.

Thin capitalization

Thin capitalization adalah praktik bisnis yang lebih menyukai pembiayaan utang di atas ekuitas dalam struktur modal mereka saat mendanai operasi perusahaan (Taylor & Richardson, 2013). *thin capitalization* mungkin bermasalah dalam hal pajak karena investasi modal dan investasi utang diperlakukan secara berbeda. Pasal 18 ayat (1) UU PPh mengatur tentang syarat sahnya huruf *thin capitalization*. Pasal ini memberikan wewenang kepada Menteri Keuangan untuk memperkirakan rasio pinjaman terhadap modal perusahaan saat menghitung pajak.

Tax Haven Utilization

Berdasarkan Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), *tax haven* "klasik" ialah negara dengan pajak rendah atau tanpa pajak yang dimanfaatkan bisnis untuk menghindari pembayaran pajak yang seharusnya jatuh tempo di negara dengan pajak tinggi.

Pajak

Menurut Undang- Undang No 28 Tahun 2007 tentang Berdasarkan persyaratan universal dan cara pemungutan pajak, sumbangan dari orang pribadi atau perusahaan yang bertindak karena hukum dibayarkan kepada negara tanpa kompensasi langsung, dan negara menerima dana untuk sebesar-besar kemakmuran rakyatnya.

III. METODE

Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Riset kuantitatif adalah jenis Riset dimana pada pendekatannya memakai skala numerik (angka) atau bentuk bilangan. Riset kuantitatif yang digunakan peneliti berupa laporan keuangan industri makanan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2017 sampai tahun 2020.

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam riset ini merupakan laporan keuangan yang digunakan untuk pengukuran Agresivitas pajak. Peneliti mengambil sampel pada industri manufaktur minuman dan makanan dimana sudah tercatat pada Bursa Efek Indonesia sejak 2017 sampai 2020. Sedangkan riset ini dalam ruang lingkup membahas tentang pengaruh ukuran perusahaan, tax haven Laporan tahunan dan keuangan dikumpulkan dengan diambil melalui website resmi yaitu pada website www.idx.co.id

Populasi dan Sampel

Populasi dalam riset ini ditekankan kepada industri santapan serta minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi yang hendak diamati pada studi ini yakni industri benda komsumtif yang terdapat di Bursa Dampak Indonesia periode 2017– 2020. Ilustrasi yang digunakan dalam riset ini diseleksi dengan memakai tata cara purpose sampling.

Teknik Pengumpulan Data

Informasi Riset ini memakai metode riset kepustakaan buat pengumpulan informasinya. Riset kepustakaan yang digunakan merupakan data yang berkaitan dengan topik ataupun permasalahan

yang diteliti ialah mengenai pengaruh transfer pricing, thin capitalization, serta tax haven terhadap aksi agresivitas.

Teknik Analisis Data

Metode analisis informasi dalam riset ini dicoba dengan dorongan program SPSS. Riset ini diuji dengan memakai sebagian uji statistik yang terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji anggapan klasik, analisis regresi serta uji hipotesis. Metode analisis informasi yang digunakan pada proposal riset ini merupakan analisis regresi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

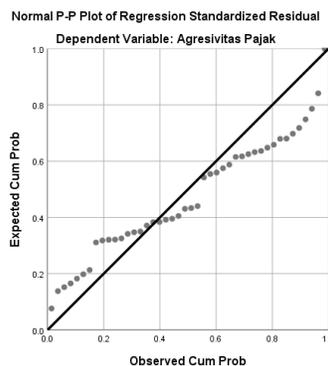
a) Uji Normalitas

Menurut hasil riset uji Kolmogorov- Smirnov, menampilkan kalau nilai exact. Sig.(2- tailed) sebesar 0. 089 nilai ini lebih tinggi dari 0,05 sehingga bisa diambil kesimpulan informasi yang digunakan berdistribusi wajar. Berikut ialah tabel hasil uji Kolmogorov- Smirnov:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.27466251
Most Extreme Differences	Absolute	.184
	Positive	.184
	Negative	-.145
Test Statistic		.184
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.089
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



Mengingat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal serta bergerak searah dengan garis diagonal, seperti yang ditunjukkan oleh output grafik Plot Probabilitas (Plot) normal di atas, maka dapat ungkapkan jika model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.189	.088		2.157	.037		
	Transfer Pricing	-1.020	.502	-.274	-2.032	.049	.974	1.027
	Thin Capitalization	.072	.026	.375	2.795	.008	.982	1.018
	Tax Haven Utilization	.184	.089	.278	2.073	.045	.988	1.012

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Dari tabel hasil uji multikolinearitas nampak jelas kalau tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresinya sebab semua variabel memiliki nilai nilai VIF < 10 serta Tolerance 0.10.

c) Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.539 ^a	.291	.238	.2847762	1.555

a. Predictors: (Constant), Tax Haven Utilization, Thin Capitalization, Transfer Pricing

b. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Mengingat hasil pengujian sebelumnya dan pengetahuan bahwa nilai Durbin Watson adalah 1.407, yang berkisar dari -2 hingga 2, jelas bahwa hasil riset tersebut tidak mengandung auto korelasi.

d) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	.189	.088		2.157	.037
Transfer Pricing	-1.020	.502	-.274	-2.032	.049
Thin Capitalization	.072	.026	.375	2.795	.008
Tax Haven Utilization	.184	.089	.278	2.073	.045

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Menggunakan Uji Glejser pada analisis heteroskedastisitas riset ini. Regresi nilai residual mutlak atas variabel independen menciptakan hasil uji Glejser. (Gujarati, 2013:). Berdasarkan aturan tidak terdapat heteroskedastisitas bila memiliki nilai signifikan lebih tinggi dari 0, 05. Jelas pada penemuan uji glejser dalam tabel hasil uji diatas kalau variabel mendapatkan nilai Sig lebih tinggi dari 0, 05, menampilkan kalau informasi yang digunakan sudah penuh anggapan heteroskedastisitas tradisional.

Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.189	.088		2.157	.037
Transfer Pricing	-1.020	.502	-.274	-2.032	.049
Thin Capitalization	.072	.026	.375	2.795	.008
Tax Haven Utilization	.184	.089	.278	2.073	.045

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Hasil analisis uji t dalam penelitian ini ialah seperti berikut:

1. Konstanta sebesar 0.189 menyatakan bahwa jika variabel dianggap konstan, maka nilai Agresivitas rata-rata Pajak sebesar 0.189.
2. Koefisien regresi *Transfer Pricing*, (x1) sebesar - 1.020 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% *Transfer Pricing* menurunkan besaran nilai Agresivitas Pajak sebanyak 1.020.
3. Koefisien regresi struktur *Thin Capitalization* (x2) sebesar 0,072 menyatakan bahwa tiap peningkatan satu satuannilai *Thin Capitalization* menaikkan ukuran nilai Agresivitas Pajak sebanyak 0.072.
4. Koefisien regresi struktur *Tax haven Utilization* (x3) sebanyak 0.184 menyatakan bahwa tiap peningkatan satu satuannilai *Tax haven Utilization* meningkatkan besaran nilai Agresivitas Pajak sebesar 0.184.

b) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.539 ^a	.291	.238	.2847762

a. Predictors: (Constant), Tax Haven Utilization, Thin Capitalization, Transfer Pricing

b. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Berdasarkan tabel nilai adjusted R square sebesar 0.291 atau 29.1 persen, variabel dependen agresivitas pajak dapat dijelaskan hingga tingkat 29.1 persen dari variabel thin capitalization, transfer pricing dan tax haven pemanfaatan. Sedangkan 70.9% varians dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam riset ini.

c) Uji Model F (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.330	3	.443	5.467	.003 ^b
	Residual	3.244	40	.081		
	Total	4.574	43			

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

b. Predictors: (Constant), Tax Haven Utilization, Thin Capitalization, Transfer Pricing

Seperti yang terlihat pada tabel di atas, nilai signifikansinya adalah $0,003 < 0,05$ yang memiliki arti variabel independen Thin Capitalization, Transfer Pricing serta Tax Haven Pemanfaatan semuanya berpengaruh atas variabel dependen Agresivitas Pajak dengan bersamaan dan model tersebut valid.

d) Uji Signifikasi Variabel Bebas (Uji T)

Tabel 10. Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	.189	.088		2.157	.037
	Transfer Pricing	-1.020	.502	-.274	-2.032	.049
	Thin Capitalization	.072	.026	.375	2.795	.008
	Tax Haven Utilization	.184	.089	.278	2.073	.045

a. Dependent Variable: Agresivitas Pajak

Hasil analisis uji t dalam penelitian ini ialah seperti berikut:

1. Dari Tabel Hasil uji regresi “*Coefficient*” dapat diambil kesimpulan memiliki nilai yang signifikan pada *Transfer Pricing* yakni 0.049 lebih dari 0,05 ($0.049 < 0.05$) dengan nilai beta ialah negatif 1.020. Sehingga bisa dinyatakan bahwa *Transfer Pricing* berpengaruh atas Tindakan Agresivitas Pajak.
2. Dari Tabel Hasil uji regresi “*Coefficient*” dapat diambil kesimpulan nilai signifikan dari *Thin Capitalization* ialah 0.008 kurang dari 0,05 ($0.008 < 0,05$) dengan nilai beta positif 0.072. Sehingga bisa dinyatakan bahwa *Thin Capitalization* berpengaruh positif atas Tindakan Agresivitas Pajak.
3. Dari Tabel Hasil uji regresi “*Coefficient*” dapat diambil kesimpulan nilai signifikan untuk *Tax haven Utilization* ialah 0.045 lebih dari 0,05 ($0.045 < 0.05$) dengan nilai beta positif 0.184. Sehingga bisa dinyatakan bahwa *Tax haven Utilization* berpengaruh atas Tindakan Agresivitas Pajak.

Analisis Uji Hipotesis

a) Pengaruh *Transfer Pricing* terhadap Tindakan Agresivitas Pajak

Pengujian hipotesis menampilkan nilai signifikan sebesar 0.049 < 0,05 sehingga hipotesis ditolak yang berarti *Transfer Pricing* mempengaruhi terhadap Aksi Agresivitas Pajak yang berarti perusahaan-perusahaan yang melaksanakan *transfer pricing* mempunyai tujuan buat merendahkan pajak yang dibebankan kepada industri.

Pada teori agensi, dibahas menimpa ikatan antara principal serta agen. Ikatan tersebut kala berhubungan dengan *transfer pricing* hingga terdapat ikatan istimewa yang ialah karakteristik khas dari aplikasi *transfer pricing*. Aplikasi tersebut menggunakan ikatan istimewa dengan industri anak yang terletak di negeri surga pajak. Perihal itu menampilkan kalau terdapat niatan dari industri buat menjauhi pembayaran pajak dalam jumlah besar. Dari perspektif lain, teori keagenan juga memiliki dasar asumsi, salah satunya adalah egoisme. Keegoisan berarti bahwa orang menempatkan diri mereka terlebih dahulu. Asumsi ini juga terkait langsung dengan aplikasi *transfer pricing* dimana suatu industri menjual produknya kepada pelaku industri dengan harga yang lebih rendah sehingga laba yang dicatat dalam industri induk bukanlah besar. Dampaknya, industri induk bisa membayarkan pajaknya lebih sedikit daripada yang sepatutnya.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami, *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa *transfer pricing* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan Fitriani *et al.* (2021), yang berpendapat bahwa *transfer pricing* berdampak pada agresivitas pajak, yang berpendapat bahwa pajak yang dibayarkan oleh industri berusaha diminimalkan dengan menggunakan celah pajak.

b) Pengaruh *Thin Capitalization* terhadap Aksi Agresivitas Pajak

Nilai signifikansi $0.008 < 0,05$ dalam pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Thin Capitalization* berpengaruh terhadap Tindakan Agresif Pajak. Selanjutnya, nilai koefisien regresi penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *thin capitalization* berpengaruh positif terhadap tindakan pajak agresif.

Berdasarkan landasan teoritis, penelitian Sima (2018) menunjukkan bahwa perusahaan multinasional cenderung melakukan kapitalisasi tipis karena pajak yang harus dibayar lebih sedikit. Hal ini dimungkinkan karena laporan keuangan perusahaan akan menunjukkan beban bunga yang signifikan ketika pembiayaan modal berbasis utang digunakan. Karena beban bunga mengurangi laba yang dilaporkan, pajak yang dibayarkan juga akan minimal. Menurut justifikasi

ini, agresi pajak akan tinggi jika kapitalisasi tipis dipraktikkan secara luas. Penelitian sejalan dengan penelitian Leony Larasati Widodo(2020) memiliki hasil agresivitas pajak memiliki kaitan terhadap thin capitalization.

c) Pengaruh Tax haven Utilization terhadap Tindakan Agresivitas Pajak

Pengujian hipotesis menampilkan nilai signifikan sebesar 0.045 & 0,05 sehingga hipotesis diterima yang berarti Tax haven Utilization mempengaruhi terhadap Aksi Agresivitas Pajak ataupun yang berarti dengan meningkatnya tax haven hingga hendak tingkatkan agresivitas pajak pula. Hasil riset ini sejalan dengan riset yang dicoba oleh Utami, et angkatan laut(AL).(2020) yang melaporkan kalau Tax Haven Utilization mempunyai pengaruh atas agresivitas pajak. Pemakaian Tax Haven membagikan celah kepada wajib pembayar pajak dalam menggunakan perlakuan pajak berbeda antara negeri biar bisa mendapatkan keuntungan yang sebesar- besarnya. Tax Haven pula bisa mempengaruhi terhadap agresivitas pajak disebabkan sarana yang ditawarkan oleh negeri surga pajak membuat industri bisa menerima keuntungan yang lebih besar.

d) Pengaruh Transfer Pricing, Thin Capitalization, dan Tax Haven Utilization terhadap Agresivitas Pajak

Bersumber dalam pengujian secara simultan, pengujian ini melaporkan kalau ketiga variabel independen ialah Thin Capitalization dan Transfer Pricing, serta Tax Haven Utilization mempunyai pengaruh secara bertepatan terhadap agresivitas pajak.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pada riset yang sudah dilakukan diperoleh kesimpulan selaku berikut :

1. *Transfer Pricing* tidak mempengaruhi atas Tindakan Agresivitas Pajak. perihal ini berarti kalau tinggi rendahnya nilai *Transfer Pricing* tidak mempengaruhi peningkatan maupun penurunan terjadinya tindakan Agresivitas Pajak;
2. *Thin Capitalization* mempengaruhi atas Tindakan Agresivitas Pajak. Serta, nilai koefisien regresi pada riset ini menampilkan hasil yang positif, sehingga variabel *Thin Capitalization* memiliki berpengaruh positif atas Tindakan Agresivitas Pajak. perihal ini berarti kalau *thin capitalization* yang dilakukan besar maka agresivitas pajak juga akan besar;
3. Tax haven Utilization tidak mempengaruhi atas Tindakan Agresivitas Pajak. perihal ini memiliki arti kalau tinggi rendahnya nilai Tax haven Utilization tidak akan menjadikan Agresivitas Pajak mengalami peningkatan maupun penurunan.
4. Secara bersamaan, variabel *Thin Capitalization*, *Tax Haven Utilization* dan *Transfer Pricing* memberikan pengaruh atas agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, F., & Purwaningsih, A. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Nonmanufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Modus*, 26(1), 33. <https://doi.org/10.24002/modus.v26i1.576>
- Arianto, A. (2015). Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak. *Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak*, 4(3), 668–676.

- Chrisandy, M. H., & Simbolon, R. (2022). Pengaruh Transfer Pricing, Beban Pajak Tanggungan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Sektor Kimia. *Syntax Idea*, 4(5), 835–842. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v4i5.18322684-883X>.
- Devi, N. P. A. L. K., & Noviari, N. (2022). Pengaruh Pajak dan Pemanfaatan Tax Haven pada Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(5), 1175-1188.
- Fadillah, A. N., & Lingga, I. S. (2021). Pengaruh Transfer Pricing, Koneksi Politik dan Likuiditas terhadap Agresivitas Pajak (Survey terhadap Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019). *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 332-343.
- Falbo, T. D., & Firmansyah, A. (2018). Thin Capitalization, Transfer Pricing Aggressiveness, Penghindaran Pajak. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 2(1), 1–28. <https://doi.org/10.36766/ijag.v2i1.6>
- Kristanto, A. B., & Nugraha, R. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan Tax Haven. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 9(2), 160- 171.
- Lasmana, M. S., & Tjaraka, H. (2011). Pengaruh Moderasi Sosio Demografi Terhadap Hubungan Antara Moral-Etika Pajak Dan Tax Avoidance Pajak Penghasilan Wajib. *Majalah Ekonomi*, 2, 185–197.
- Maulana, I. A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Agresivitas Pajak pada Perusahaan Properti dan Real Estate. *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 155-163.
- Mahulae, E. E., Pratomo, D., & Nurbaiti, A. (2016). Institutional Ownership, Managerial Ownership, and Audit Committee to Tax Avoidance (Study of Otomotif Companies Listed in Indonesian Stock Exchange 2010-2014). *E- Proceeding of Management* :, 3(2), 1626–1633.
- Nainggolan, C. (2019). Kepentingan Asing, Aktivitas Internasional. dan Thin Capitalization: Pengaruh terhadap Agresivitas Pajak di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 19(2), 147-159.
- Rosa, R., Andini, R., & Raharjo, K. (2017). Pengaruh Pajak, Tunneling Insentive, Mekanisme Bonus, Debt Covenant dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Transaksi Transfer Pricing (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015). 1–19.
- Stephanie, Sistomo, & Simanjuntak, R. P. (2017). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Fundamental Management Journal Online*, 2(1), 63–69.
- Utami, R. D., Cahyaningsih, & Kunia. (2020). The Effect of Transfer Pricing, Thin Capitalization, and Tax Haven Utilization Toward Tax Aggressiveness. *E- Proceeding of Management* :, 7(2), 5988–5995.
- Widodo, L. L., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2020). Pengaruh Multinasionalitas, Good Corporate Governance, Tax Haven, dan Thin Capitalization Terhadap Praktik Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2016-2018. *E-Jra*, 9(6), 119–133.
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). Retrieved July 24, 2022, from <https://www.bps.go.id/>
- Blouin, J., Huizinga, H., Laeven, L., & Nicodeme, G. (2013). Thin Capitalization Rules and Multinational Firm Capital Structure.
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41– 61. <https://doi.org/10.1016/J.JFINECO.2009.02.003>
- Dahlby, B. (2008). Taxation of Outbound Direct Investment : Economic Principles and Tax Policy Considerations. Advisory panel on Canada’s system of international taxation.
- Desai, M. A., Foley, C. F., & Hines, J. R. (2006). The demand for tax haven operations. *Journal of Public Economics*, 90(3), 513–531. <https://doi.org/10.1016/J.JPUBECO.2005.04.004>
- T. K., & Meisari, W. A. (2021). Reducing maternal mortality: A qualitative study of health worker’s expectation in urban area, indonesia. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 9, 18–26. <https://doi.org/10.3889/oamjms.2021.5752>
- Eden, L., & Smith, L. M. (2011). The Ethics of Transfer Pricing. <https://www.ualberta.ca/business/media/business/research/conferences/fraudinacountingorganizationsandsociety/documents/eden-smith-ethics-of-tp-aos-ukfinal.PDF>.
- Frank, M. M., Lynch, L. J., & Rego, S. O. (2008). Tax Reporting Aggressiveness and Its Relation to Aggressive Financial Reporting. *Accounting Review*, 84(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.647604>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2013). Dasar-Dasar Ekonometrika (Edisi Keli). Salemba Empat.
- Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor: 650/KMK.04/1994 tentang Penetapan Saat Diperolehnya Dividen Atas Penyertaan Modal Pada Badan Usaha Di Luar Negeri Yang Sahamnya Tidak Diperdagangkan Di Bursa Efek, (1994).
- Kim, S., Jung, H., & Na, H. (2019). Tax haven investors, firm value and investor protection. <https://doi.org/10.1080/13504851.2019.1591584>, 26(19), 1634– 1640. <https://doi.org/10.1080/13504851.2019.1591584>

- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006>
- Lietz, G. M. (2013). Determinants and Consequences of Corporate Tax Avoidance. *SSRN Electronic Journal*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2363868
- Mahulae, E. E., Pratomo, D., & Nurbaiti, A. (2016). Institutional Ownership, Managerial Ownership, and Audit Committee to Tax Avoidance (Study of Otomotif Companies Listed in Indonesian Stock Exchange 2010-2014). *E- Proceeding of Management* ;, 3(2), 1626–1633.
- Mardiasmo. (2014). *Perpajakan (Edisi Revi)*. Andi Offset.
- Mardiasmo. (2016). *Perpajakan (Edisi Terb)*. Andi.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan (Edisi Revi)*. Penerbit Andi.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate Income Taxes and the Cost of Capital : A Correction Author (s): Franco Modigliani and Merton H . Miller Source : *The American Economic Review* , Vol . 53 , No . 3 (Jun ., 1963), pp . 433-443 Published by : American Economic Association Stable. *The American Economic Review*, 53(3), 433–443.
- Nurmantu, S. (2004). *Pengantar Perpajakan*. Granit.
- OECD. (2012). *Thin Capitalisation Legislation: A Background Paper for Country Tax Administrator*.
- OECD. (2016). *Mengenal Tax Havens, Membedah Panama Papers*.
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 No 23 A, (1945).
- PT Bursa Efek Indonesia. (n.d.). Retrieved July 24, 2022, from <https://www.idx.co.id/>
- Ramadhan, A. (2019, September 10). 5 Tahun KPK Selidiki Kasus Mafia Migas, Temukan Perusahaan Cangkang hingga Tax Haven Countries Halaman all - Kompas.com. <https://nasional.kompas.com/read/2019/09/10/18594811/5-tahun-kpk-selidiki-kasus-mafia-migas-temukan-perusahaan-cangkang-hingga?page=all>
- Resmi, S. (2009). *Perpajakan Teori dan Kasus*. Salemba Empat.
- Richardson, G., Taylor, G., & Lanis, R. (2013). Determinants of transfer pricing aggressiveness: Empirical evidence from Australian firms. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 9(2), 136–150. <https://doi.org/10.1016/J.JCAE.2013.06.002>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sundari, B., & Susanti, Y. (2016). Transfer Pricing Practices: Empirical Evidence from Manufacturing Companies in Indonesia. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, 11(2), 25–39.
- Suryana, A. B. (2018). Menangkal Kecurangan Transfer Pricing. www.pajak.go.id/content/article/menangkal-20-kecurangan-transfer-pricing
- Taylor, G., & Richardson, G. (2013). The determinants of thinly capitalized tax avoidance structures: Evidence from Australian firms. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 22(1), 12–25. <https://doi.org/10.1016/J.INTACCAUDTAX.2013.02.005>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, (2008).
- Wahid, R. (2021). Agresivitas Pelaporan Keuangan, Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, dan Agresivitas Pajak: Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi. *Litera: Jurnal Literasi Akuntansi*, 1(1), 1-12.
- Zulaikha & Dewi, S. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(3), 1-15.

Pengaruh Motivasi, Kompensasi dan Rekrutmen Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Knockers Indonesia

Leevia Vileonzia^{1)*}, Tjong Se Fung²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾leeviavileonzia9@gmail.com

²⁾tjonf.sefung@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Motivasi
Kompensasi
Rekrutmen
Kepuasan Kerja
Kinerja Karyawan

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Motivasi, kompensasi, dan Rekrutemen terhadap Kepuasan kerja pada PT.Knockers Indonesia. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu hasil observasi, kuesioner kepada karyawan PT.Knockers Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas dengan Cronbach Alpha, dan uji analisis regresi linier berganda, uji korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t, uji f untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan *software* SPSS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Motivasi, kompensasi, dan Rekrutemen berpengaruh positif terhadap kepuasan Kerja pada PT. Knockers Indonesia. Nilai Motivasi, kompensasi, dan Rekrutemen memiliki nilai positif dan kuat, yaitu Berdasarkan uji t diketahui nilai t-hitung sebesar $1,066 < t\text{-tabel } 1,979$. dan nilai signifikan sebesar $0,288 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Kerja, uji t diketahui nilai t-hitung sebesar $3,938 > t\text{-tabel } 1,979$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, uji t diketahui nilai t-hitung sebesar $10,986 > t\text{-tabel } 1,979$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja. uji F diketahui nilai F-hitung sebesar 80,336 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan F hitung $> F\text{ tabel}$ atau $80,336 > 2,68$, dengan demikian terdapat pengaruh antara Motivasi, kompensasi, dan Rekrutmen terhadap kepuasan kerja.

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia adalah hal yang sangat penting baik secara individu maupun kelompok, dan sumber daya manusia adalah bagian penggerak utama atas kelancaran jalannya kegiatan sebuah organisasi, dan juga maju mundurnya perusahaan ditentukan oleh keberadaan sumber manusianya.

Motivasi kerja berkaitan dengan kinerja seorang karyawan, karena motivasi yaitu memberikan gaya penggerak yang menciptakan semangat kerja karyawan untuk mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan berintegrasi dengan segala daya upaya untuk mencapai kepuasan, pentingnya motivasi karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyampaikan dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mendapatkan hasil yang optimal.

Kompensasi adalah sesuatu yang diberi untuk karyawan sebagai imbalan atas pekerjaan yang dilakukannya. Apabila karyawan tidak diberi kompensasi sesuai dengan pekerjaan yang telah mereka kerjakan, ketidakpuasan emosional akan berkembang. Ketidakpuasan emosional akan tumbuh seiring berjalannya waktu membuat karyawan mengeluh saat mereka melakukan pekerjaannya. Pemberian kompensasi dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Salah satu aktivitas dalam pengelolaan sumber daya manusia adalah rekrutmen dan seleksi. Rekrutmen adalah sesuatu aktivitas untuk mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menutupi kekurangan yang diidentifikasi dan perencanaan kepegawaian.

Rumusan Masalah

1. Seberapa Besar Pengaruh motivasi terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA ?
2. Seberapa Besar Pengaruh kompensasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA ?
3. Seberapa Besar pengaruh rekrutmen terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA ?
4. Seberapa Besar pengaruh motivasi, kompensasi, dan rekrutmen secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA ?

Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap kepuasan karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA.
2. Untuk mengetahui pengaruh kompensasi yang diberikan terhadap kepuasan kerja karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA.
3. Untuk mengetahui pengaruh rekrutmen terhadap kepuasan karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA.
4. Untuk mengetahui pengaruh motivasi, kompensasi, dan rekrutmen terhadap kepuasan kerja secara bersama-sama karyawan di PT. KNOCKERS INDONESIA..

II. TINJAUAN PUSTAKA

Sumber Daya Manusia

Menurut (Soetrisno Edy, 2017, hal. 7) mengemukakan bahwa:

“Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu pendekatan yang strategis kepada keterampilan, motivasi, pengembangan, dan manajemen pengorganisasian sumber daya”.

Menurut (R. Supomo & Ety Nurhayati, 2018, hal. 26) mengemukakan bahwa:

“Manajemen sumber daya manusia yaitu pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja”.

Motivasi

Menurut Robbin dalam buku (Fauzi & Rita Irvani, 2018, hal. 23) mengemukakan bahwa: “Motivasi adalah suatu proses yang menyebabkan, arahan, dan usaha terus menerus individu untuk mencapai tujuan”.

Menurut (Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hernawan, 2021) mengemukakan bahwa :

“Motivasi merupakan hal yang penting dalam membangun semangat karyawan dalam melakukan tugasnya dalam perusahaan”.

Kompensasi

Menurut (Hasibuan, 2017, hal. 119) mengemukakan bahwa :

“Kompensasi yaitu seluruh pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan”.

Menurut (Ariandi, 2018, hal. 84) mengemukakan bahwa:

“hasil kerja karyawan pada organisasi. Kompensasi bisa berupa fisik maupun non fisik dan harus dihitung dan diberikan kepada karyawan sesuai dengan pengorbanan yang telah diberikannya kepada organisasi / perusahaan tempat ia bekerja”.

Rekrutmen

Menurut (Nuerani, 2018, hal. 63) mengemukakan bahwa:

“Rekrutmen ini adalah proses mencari, menemukan, mengajak dan menetapkan sejumlah orang dari dalam maupun dari luar perusahaan sebagai calon tenaga kerja dengan karakteristik tertentu seperti yang telah ditetapkan dalam perencanaan sumber daya manusia”.

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja menggambarkan suasana hati seorang terhadap pekerjaannya. Bisa dilihat dari perilaku yang baik dari pekerjaan serta seluruh suatu yang yang dialami dilingkungan kerjanya. Kepuasan dalam karyawan merupakan kepuasan kerja yang di senangi dalam melaksanakan pekerjaan, dengan mendapatkan pujian atas hasil kerja, penempatan, perlakuan, perlengkapan, serta atmosfer area kerja yang baik.

Menurut (Kenny & Heri Satrianto, 2019) mengemukakan bahwa:

“Kepuasan Kerja yaitu keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dimana karyawan memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaan mereka, yang biasanya tampak dalam sikap positif para karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu yang dihadapi di lingkungan kerjanya”.

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai yaitu memakai penelitian Kuantitatif. Dalam banyak fenomena yang terjadi di dalam perusahaan, khususnya Sumber Daya Manusia penulis akan mengidentifikasi variabel independen dan variabel dependen, selanjutnya melalui hasil perhitungan statistik akan diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Objek Penelitian

Objek yang dipakai dalam penelitian ini ialah PT. Knockers Indonesia, penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui Pengaruh Motivasi, Kompensasi, dan Rekrutmen Terhadap Kepuasan Kerja pada PT. Knockers Indonesia.

Jenis Data

Pada penelitian ini memakai jenis data Primer, yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden serta melakukan wawancara.

Sumber Data

Sumber data ini didapat melalui hasil kuisisioner dari Karyawan PT. Knockers Indonesia yang telah disebarkan.

Populasi

Populasi dari penelitian ini yaitu Seluruh Karyawan PT. Knockers Indonesia.

Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Knockers Indonesia.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25. Dengan berbagai pengujian sehingga akan mendapatkan hasil dan kesimpulan untuk dapat memenuhi tujuan masalah.

Uji Normalitas

Uji Normalitas ialah untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal, sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametik. Uji normalitas ialah melakukan perbandingan antara data yang kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data yang kita miliki.

Uji Multikolinearitas

Untuk guna mengetahui apakah ada tidaknya variabel independent yang memiliki kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang kuat.

Uji Heteroskedastisitas

untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independent yang meliputi Motivasi, Kompensasi dan Rekrutmen terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja.

Koefisien Determinasi (R^2)

digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T pada umumnya memberi tahu sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

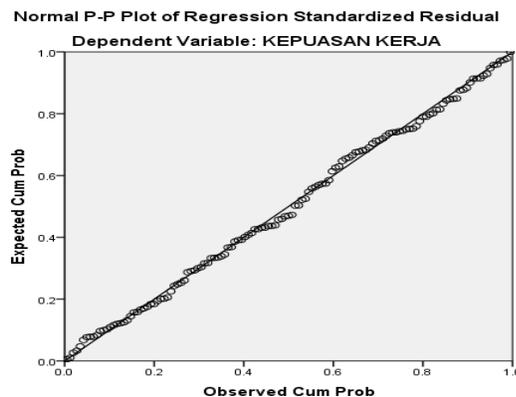
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dipakai agar dapat memberi tahu apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model, memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

IV. HASIL

Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas



Dari grafik histogram diatas dapat dilihat bahwa model regresi cenderung membentuk kurva normal yang cembung dan pada grafik normal probability plot didapatkan titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini memenuhi asumsi normalitas karena data terdistribusi normal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		133
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85515001
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.039
	Negative	-.032
Test Statistic		.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Hasil ini mampu didukung dengan uji *kolmogorov-smirnov*, , maka ditemukan bahwa nilai *Asymp. Sig.(2-tailed)* yaitu sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari pada taraf nyata yang telah ditetapkan (α) yaitu 0,05. Hal ini maka data yang dipakai terdistribusi normal. data yang di dapatkan pantas dipakai dalam penelitian ini.

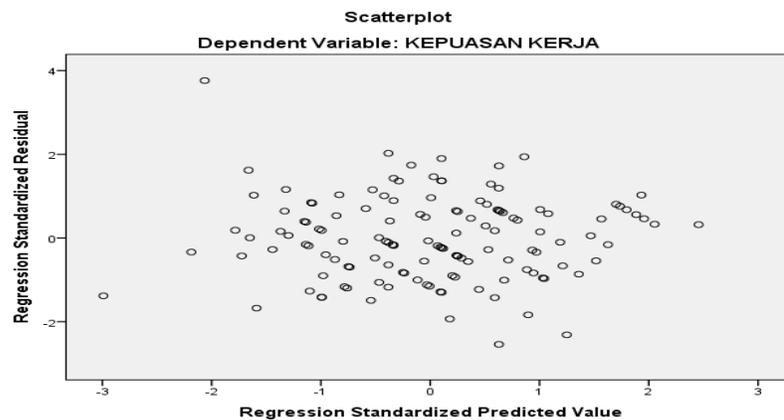
2) Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.796	2.748		1.745	.083		
	MOTIVASI	.062	.058	.069	1.066	.288	.651	1.535
	KOMPENSASI	.277	.070	.275	3.938	.000	.554	1.804
	REKRUTMEN	.557	.051	.630	10.986	.000	.821	1.218

a. Dependent Variable: KEPUASAN KERJA

Hasil ini dapat dilihat pada uji multikolinearitas tersebut, bahwa nilai *tolerance* dan VIF dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,1 dengan nilai VIF kurang dari 10 dapat dinyatakan bahwa data tersebut tidak terjadi masalah multikolonieritas.

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada grafik scatterplot dapat di lihat titik-titik yang menyebar secara acak dan tersebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

Hasil Pengujian Hipotesis

1) Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.796	2.748		1.745	.083
	MOTIVASI	.062	.058	.069	1.066	.288
	KOMPENSASI	.277	.070	.275	3.938	.000
	REKRUTMEN	.557	.051	.630	10.986	.000

$$Y = 4,796 + 0,062 X1 + 0,277 X2 - 0,557 + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil pengujian diatas, didapatkan hasil :

- Nilai koefisien untuk konstanta sebesar 4,796.
- Nilai koefisien variabel Motivasi (b_1) bernilai positif, yaitu 0,062, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan motivasi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan kerja sebesar 0,062 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Nilai koefisien variabel Kompensasi (b_2) bernilai Positif, yaitu 0,277. ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Kompensasi sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan kerja sebesar 0,277 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Nilai koefisien variabel Rekrutmen (b_3) bernilai Positif, yaitu 0,557, ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan Rekrutmen sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan kerja sebesar 0,557 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap

2) Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.643	1.877

a. Predictors: (Constant), REKRUTMEN, MOTIVASI, KOMPENSASI

Terlihat bahwa nilai *adjusted R²* adalah 0,807 atau 80.7 persen. Ini berarti varian variabel bebas Motivasi, Kompensasi dan Rekrutmen mempengaruhi variabel terikat kepuasan kerja sebesar 80,7 persen sedangkan sisanya 19,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model

4) Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.796	2.748		1.745	.083
	MOTIVASI	.062	.058	.069	1.066	.288
	KOMPENSASI	.277	.070	.275	3.938	.000
	REKRUTMEN	.557	.051	.630	10.986	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KERJA

Hasil pengujian :

- 1) Motivasi (X1) terhadap Kepuasan kerja (Y) Terlihat terdapat pada model 1 nilai sign 0.288. Nilai sign lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, maka H₁ ditolak dan H₀ diterima. Variabel X₁ memiliki t hitung 1,066 > t table 1,979. Dapat disimpulkan bahwa motivasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.
- 2) Kompensasi (X2) terhadap Kepuasan Kerja (Y) Terlihat terdapat pada model 1 nilai sign 0.000. Nilai sign lebih kecil nilai probabilitas 0,05, maka H₁ diterima dan H₀ ditolak. Variabel X₂ memiliki t hitung 3,938 > t table 1,979. Dapat disimpulkan bahwa Kompensasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.
- 3) Rekrutmen (X3) terhadap Kepuasan Kerja (Y) Terlihat terdapat pada model 1 nilai sign 0.000. Nilai sign lebih kecil nilai probabilitas 0,05, maka H₁ diterima dan H₀ ditolak. Variabel X₃ memiliki t hitung 10.986 > t table 1,979. Dapat disimpulkan bahwa Rekrutmen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

4) Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	848.734	3	282.911	80.33	.000 ^b
	Residual	454.289	129	3.522	6	
	Total	1303.023	132			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KERJA

b. Predictors: (Constant), REKRUTMEN, MOTIVASI, KOMPENSASI

Terlihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($80.33 > 2,68$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Motivasi, Kompensasi dan Rekrutmen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan kerja

V. KESIMPULAN

1. Pada kolom *R Square* pada variabel motivasi menunjukkan angka *R square* adalah 0.397 yang memberitahu besarnya pengaruh motivasi terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 39.7% sedangkan sisanya 60.3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kajian ini. Berdasarkan pada uji T di ketahui nilai t-hitung sebesar $1.066 < t\text{-tabel } 1.979$ dan nilai signifikansi sebesar 0,288 yang lebih besar dari 0,05 atau 5% Sehingga dapat di taksirkan bahwa H_a di tolak dan H_o di terima yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap kepuasan kerja karyawan.
2. Pada kolom *R Square* pada variabel Kompensasi menunjukkan angka *R square* adalah 0.405 yang memberitahu besarnya pengaruh Kompensasi terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 40.5% sedangkan sisanya 59.5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kajian ini. Berdasarkan pada uji T di ketahui nilai t-hitung sebesar $3.938 > t\text{-tabel } 1.979$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5% Sehingga dapat di taksirkan bahwa H_a di terima dan H_o ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel kompensasi terhadap kepuasan kerja karyawan.
3. Pada kolom *R Square* pada variabel Rekrutmen menunjukkan angka *R square* adalah 0.543 yang menunjukkan besarnya pengaruh Rekrutmen terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 54.3% sedangkan sisanya 45.7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kajian. Berdasarkan pada uji T di ketahui nilai t-hitung sebesar $10.986 > t\text{-tabel } 1.979$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga dapat di taksirkan bahwa H_a di terima dan H_o ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel Rekrutmen terhadap kepuasan kerja karyawan.
4. Besarnya, Motivasi, Kompensasi dan Rekrutmen terhadap kepuasan kerja karyawan sebesar 65.1%, Sedangkan sisanya 34.9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Motivasi, Kompensasi dan Rekrutmen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Kepuasan kerja karyawan . Hal ini dibuktikan setelah dilakukannya perhitungan diperoleh nilai F hitung 80.336 sedangkan F tabel 2.68 dengan demikian F hitung $> F$ tabel atau $80.336 > 2.68$ sehingga H_a di terima dan H_o di tolak. Artinya berpengaruh signifikan terhadap hubungan linear antara variabel Motivasi, Kompensasi dan Rekrutmen berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan maka model regresi tersebut sudah layak dan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariandi, F. (2018). Pengaruh Metode Pembayaran Kompensasi terhadap Kinerja Tutor. *Perspektif*, XVI(1), 84–90.
- Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hernawan, A. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV. Pustaka Kreasi Mandiri.
- Fauzi & Rita Irvani. (2018). *Pengantar Manajemen*. Andi.
- Hasibuan. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Kenny & Heri Satrianto. (2019). *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT . Sinar Surya Baja Profilindo*. 3, 1–15.
- Nuerani, N. (2018). Penerapan Metode Simple Additive Weighting (Saw) Dalam Seleksi Calon Karyawan. *Swabumi*, 6(1), 63–71. <https://doi.org/10.31294/swabumi.v6i1.3317>
- R. Supomo & Ety Nurhayati. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yrama Widya.
- Soetrisno Edy. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prenada Media Grup.

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2017-2021

Prisella Carmia Pratiwi¹⁾, Sugandha²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾prisella.cp23@gmail.com

²⁾sugandha.sugandha@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Profitabilitas
Struktur Aktiva
Pertumbuhan Penjualan
Struktur Modal

Abstrak

Perusahaan Industri makanan dan minuman merupakan kategori barang konsumsi dimana produk yang dihasilkan sangat dibutuhkan oleh masyarakat manapun, sehingga prospeknya sangat berpengaruh dimasa sekarang dan dimasa yang akan datang. Maka industri makanan dan minuman dapat bersaing dengan baik ditengah persaingan bisnis pada pasar global yang dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat maupun perusahaan.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. dimana penggunaannya menggunakan angka dan menggunakan rumus untuk mendapatkan hasil. total sampel yang digunakan sebanyak 8 perusahaan subsektor makanan dan minuman periode 2017-2021 yang sudah melewati kriteria. software yang digunakan menggunakan SPSS 26 untuk membantu pengelolaan data teknis analisa regresi linear berganda.

Hasil uji yang dilakukan secara bersama-sama atau simultan antara profitabilitas, struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal. Dimana hal ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021

I. PENDAHULUAN

Perusahaan makanan dan minuman pada saat ini bisa dilihat sedang meningkat dan berkembang pesat dikarenakan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia. Bahkan walaupun pertumbuhan penduduk sedang tidak berkembang pesat dan perekonomian negara tidak meningkat tetapi permintaan pada sektor makanan dan minuman tetap terus meningkat dikarenakan adanya inovasi jenis-jenis makanan yang terus dikembangkan dengan mengikuti perkembangan zaman.

Profitabilitas merupakan salah satu indikator untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan (Kasmir, 2016, p. 196). Jika suatu bisnis memiliki tingkat profitabilitas yang

tinggi, maka akan dapat memperoleh keuntungan dari keuntungan yang dipegang oleh perusahaan; namun jika perusahaan tidak memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi maka perusahaan tidak akan dapat memperoleh keuntungan dari keuntungan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Profitabilitas juga berperan penting dalam struktur modal dimana dengan adanya profitabilitas perusahaan dapat mengetahui laba yang didapat oleh perusahaan. Laba yang dihasilkan dapat diketahui dengan melihat hasil penjualan, aset dan modal saham tertentu dimana hal tersebut dibandingkan dengan periode – periode sebelumnya dengan yang terbaru. Perusahaan harus menentukan segmen pasar atau target pasar yang ingin mereka targetkan, untuk menentukan harga, apakah produk tersebut kelas premium, kelas menengah atau kelas bawah. Karena perilaku konsumen dalam membeli suatu barang atau produk merupakan faktor utama dalam pertimbangan harga (Wibowo et al., 2021).

Menurut Devi, Sulindawati, dan Wahyuni (2017) perusahaan yang memiliki struktur aktiva yang tinggi memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk memilih memenuhi kebutuhan modalnya melalui penggunaan kas yang diperoleh dari pihak ketiga atau pinjaman. Adanya aktiva tetap yang dapat digunakan untuk menjamin hutang akan menyebabkan perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi. Hal ini dikarenakan memiliki struktur aktiva yang tinggi akan menyebabkan perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi. Jaminan hutang dapat bertambah dengan melihat sejumlah aset yang dimiliki perusahaan. Maka Ketika struktur aktiva meningkat maka jumlah aset yang dimiliki perusahaan dapat dipastikan banyak. Menurut Novianti & Santosa (2018), Laporan laba rugi menggambarkan kinerja perusahaan dalam periode waktu tertentu. Meskipun disadari bahwa laba bukanlah satu-satunya tujuan perusahaan, tetapi tujuan-tujuan lain hanya akan tercapai jika perusahaan mampu tetap hidup dan berkembang serta memperoleh laba. Pertumbuhan penjualan juga dapat berpengaruh terhadap struktur modal karena dengan adanya data tentang penjualan dapat memudahkan suatu perusahaan untuk mengetahui tingkat penjualannya yang terbaru dengan yang sebelumnya untuk membandingkan seberapa tinggi tingkat pertumbuhan yang dialami oleh suatu perusahaan. Dimana hal tersebut dapat menambah minat para investor untuk berinvestasi terhadap perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Profitabilitas

Pengertian profitabilitas menurut Manik & Inrawan (2017) mengatakan bahwa :

“Kapabilitas bisnis untuk menghasilkan keuntungan dalam kaitannya dengan penjualan, total aset, dan modal sendiri dikenal sebagai profitabilitas.”

Return On Assets (ROA)

Pengertian *Return On Assets* menurut Sirait (2017, p. 142) mengatakan bahwa:

“Rasio Return on Assets (ROA) juga dikenal sebagai rasio kekuatan laba, mengukur kapasitas perusahaan untuk menciptakan keuntungan dari aset (asetnya).”

Struktur Aktiva

Pengertian Struktur Aktiva menurut penelitian Hanifah Kurnia Wahyu (2022) mengatakan bahwa :

“Struktur aktiva merupakan perbandingan atau keseimbangan antara total aset dan aset tetap. Struktur aktiva adalah alokasi keuangan untuk setiap komponen aset, termasuk aset lancar dan aset tetap.”

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Darmanto et al. (2018, p. 14) mengatakan bahwa:

“Pertumbuhan penjualan merupakan volume penjualan dari tahun ke tahun yang mengalami peningkatan, baik dalam jumlah unit yang terjual maupun dalam rupiahnya.”

Kegunaan Pertumbuhan Penjualan menurut (Sumantri et al., 2018):

“*Pertumbuhan penjualan* digunakan dalam penelitian ini, karena dapat memprediksi berapa banyak keuntungan yang akan diperoleh dibandingkan dengan jumlah pertumbuhan penjualan yang diperoleh perusahaan. Jika rasio pertumbuhan penjualan yang diperoleh lebih besar, dapat diindikasikan bahwa ada pertumbuhan penjualan yang cukup baik. sebaliknya, jika rasio pertumbuhan penjualan cenderung lebih kecil, hal ini mengindikasikan adanya penurunan penjualan oleh perusahaan. “

Struktur Modal

Menurut Sudana (2019, p. 189), pengertian Struktur Modal adalah sebagai berikut :

“Struktur modal berkaitan dengan pengeluaran jangka panjang perusahaan, yang dinilai dari rasio utang jangka panjang terhadap modal sendiri.”

III. METODE

Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017, p. 35) mengatakan bahwa :

“metode penelitian kuantitatif dapat dikatakan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada konsep positivisme yang digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan peralatan penelitian, dan pengolahan data kuantitatif/statistik dengan tujuan mengevaluasi hipotesis yang berlaku.”

Untuk mengelola hasil data yang digunakan, penulis menggunakan SPSS 26 dan Microsoft Excel.

Data yang diambil berdasarkan sumber terpercaya dan juga umum digunakan oleh banyak peneliti yaitu idx.co.id . Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan dokumentasi perusahaan berupa hasil laporan sumber keuangan setiap perusahaan yang sudah menerbitkan IPO yang sudah diakui oleh bursa efek Indonesia, yang setelah data tersebut dikumpulkan data tersebut merupakan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan populasi usaha manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Populasi yang digunakan adalah 31 dari perusahaan saat ini yang diambil dalam rentang waktu 5 tahun.

Kriteria terhadap sampel perusahaan yang telah ditetapkan sebagai berikut :

- 1.) Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar berturut-turut di Bursa Efek Indonesia 2017- 2021
- 2.) Perusahaan yang mempunyai data keuangan yang lengkap pada periode penelitian yaitu tahun 2017-2021
- 3.) Perusahaan yang memiliki laba selama periode penelitian yaitu tahun 2017-2021

Teknik Pengambilan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman periode 2017-2021	31
2.	Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tidak memiliki laporan keuangan yang lengkap periode 2017-2021	11
3.	Perusahaan yang tidak memiliki laba selama periode 2017-2021	7
	Data yang digunakan sebagai sampel penelitian	8
	Periode penelitian	5 Tahun
	Jumlah sampel 8*5 tahun	40

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur mampu atau tidaknya suatu perusahaan menciptakan laba dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. Dalam penelitian ini, indikator Return on Assets (ROA) digunakan untuk menghitung tingkat pengembalian aset perusahaan karena Return on Assets (ROA) memungkinkan penulis untuk menentukan seberapa besar nilai yang diciptakan oleh perusahaan. Dalam *Return On Asset* (ROA) rumusan yang digunakan untuk mendapatkan hasil adalah :

$$Return\ On\ Assets = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Struktur Aktiva

Rasio aset tetap terhadap total aset dapat digunakan untuk mengukur faktor struktur aktiva. Penggunaan aktiva tetap dalam penilaian variabel ini, karena aktiva tetap dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana jaminan yang tersedia perusahaan. Struktur aktiva menentukan alokasi keseluruhan untuk setiap komponen aset, apakah itu aset tetap atau aset lancar. Semakin tinggi struktur aktiva perusahaan, maka semakin besar kemungkinan sumber pendanaan atau debt-to-equity ratio perusahaan akan berkembang. Kejadian ini dimungkinkan karena faktor jaminan. Ketika struktur aktiva perusahaan secara keseluruhan sangat besar, dapat ditentukan bahwa perusahaan memiliki sejumlah besar aset tetap.

Dalam struktur aktiva rumus aktiva yang digunakan untuk menentukan hasil sebagai berikut :

$$\text{Struktur Aktiva} = \frac{\text{Total Aktiva Tetap}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah perhitungan kenaikan dan penurunan penjualan perusahaan. Perusahaan dengan penjualan yang konsisten mungkin menimbulkan hutang dan biaya tetap yang lebih besar daripada perusahaan dengan penjualan variabel. Teknik pengukuran membandingkan penjualan pada tahun setelah mengurangi penjualan dari tahun sebelumnya dengan penjualan dari periode sebelumnya. Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung pertumbuhan penjualan:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{P_j - P_{j-1}}{P_j}$$

Keterangan:

- 1.) P_j = Penjualan pada tahun sekarang
- 2.) P_{j-1} = Penjualan pada tahun sebelumnya

Struktur Modal

Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel bebas. Menurut Sugiyono (2017, hlm. 39), variabel terikat adalah variabel yang merupakan hasil dari adanya variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi oleh keberadaannya. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah struktur modal. Yang dimaksud dengan struktur modal adalah rasio total hutang jangka panjang terhadap total ekuitas. Dalam neraca keuangan, struktur modal merupakan campuran dari nilai hutang dan nilai modal sendiri. Rasio hutang terhadap ekuitas (DER) mengukur kemampuan modal sendiri perusahaan, yang sering digunakan sebagai jaminan untuk total hutangnya. Sehingga sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang dapat ditentukan.

Semakin besar rasio ini, semakin buruk kesehatan keuangan perusahaan, karena hutang yang berlebihan dapat berdampak negatif pada laba bersih yang akan dibagikan kepada pemegang saham, termasuk dividen. Rasio Hutang terhadap Ekuitas membandingkan hutang perusahaan dengan total ekuitasnya. Rasio ini memperkirakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Sehingga memberikan investor gambaran tentang kelangsungan hidup perusahaan dan risiko keuangan.

Rumus struktur modal yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah rasio total hutang terhadap modal (*Debt To Equity Ratio / DER*) :

$$\text{Debt To Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Utang/Kewajiban}}{\text{Ekuitas}}$$

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,677 ^a	,458	,413	1,04897

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan (X3), Profitabilitas (X1), Struktur Aktiva (X2)

Dari tabel diatas dapat terlihat nilai R Square 0,458 atau 45,8%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel X1 sampai X3 terhadap Variabel Y secara gabungan, sedangkan sisanya 54,2 % dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini atau nilai error.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,038	,305		-3,404	,002
	Profitabilitas (X1)	-,194	,137	-,175	-1,408	,168
	Struktur Aktiva (X2)	,532	,132	,528	4,039	,000
	Pertumbuhan Penjualan (X3)	,153	,072	,274	2,109	,042

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

Variabel X1

Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y sebesar 0,168 > 0,050 sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 1,408 < t tabel (**2.02809**), dimana H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel X1 terhadap Variabel Y.

Variabel X2

Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y sebesar 0,000 < 0,050 sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 4,039 > t tabel (**2.02809**), dimana H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X2 terhadap Variabel Y.

Variabel X3

Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y sebesar 0,042 < 0,050 sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 2,109 > t tabel (**2.02809**), dimana H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X3 terhadap Variabel Y.

- **Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	33,530	3	11,177	10,158	,000 ^b
Residual	39,612	36	1,100		
Total	73,143	39			

a. Dependent Variable: Struktur Modal (Y)

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan (X3), Profitabilitas (X1), Struktur Aktiva (X2)

F-Tabel = (n-k) = (40-3) = F-Tabel 37 = 2.86

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel (10,158 > 2.86), dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak H1 diterima yang artinya variabel X1 sampai X3 jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel Y

V. KESIMPULAN

- a. Hasil penelitian dari profitabilitas mengungkapkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik antara profitabilitas dan struktur modal. Ini karena perusahaan dengan pendapatan yang signifikan juga memiliki sumber modal internal yang substansial. Pertama, laba ditahan digunakan untuk memenuhi permintaan pendanaan. Dengan peningkatan laba, bisnis dapat menyisihkan jumlah laba ditahan yang lebih besar.

- b. Hasil penelitian dari struktur aktiva memiliki dampak yang menguntungkan dan substansial pada struktur aktiva dan struktur modal. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa sebagian besar perusahaan industri memiliki sebagian besar modalnya diinvestasikan dalam aset tetap dan menekankan modal permanen (modal sendiri) sedangkan hutang bersifat komplementer. Hal ini berkaitan dengan struktur keuangan yang konservatif di mana modal sendiri perusahaan dapat digunakan untuk menutupi jumlah aset permanen, sedangkan organisasi yang mengandalkan aset lancar memprioritaskan dana pinjaman untuk memenuhi tuntutan mereka.
- c. Hasil penelitian dari pertumbuhan penjualan mendapatkan hasil berpengaruh positif dan signifikan antara struktur aktiva dengan struktur modal. Hal ini berarti, semakin tinggi pertumbuhan aset maka semakin besar struktur modal perusahaan. Suatu perusahaan yang akan melakukan ekspansi usaha tentunya akan lebih cenderung menambah jumlah asetnya.
- d. Hasil penelitian dari profitabilitas, struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan mendapatkan hasil positif dan signifikan dengan struktur moda. Hal ini dibuktikan dari nilai uji F tabel ($10,158 > 2.86$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dimana hal ini membuktikan bahwa profitabilitas, struktur aktiva dan pertumbuhan penjualan berpengaruh pada struktur modal.

Saran Akademis

- a. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan peneliti selanjutnya.
- b. Penulis berharap penelitian selanjutnya lebih banyak dalam memilih sampel agar hasil dari penelitiannya mendapatkan hasil yang lebih luas.
- c. Penulis berharap pada penelitian selanjutnya bisa lebih memperluas periode yang digunakan agar hasilnya jauh lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmanto, F., Wardaya, S., & Sulistyani, L. (2018). *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan*. CV. Budi Utama.
- Devi, N. M. N. C., Sulindawati, N. L. G. E., & Wahyuni, M. A. (2017). Pengaruh Struktur Aktiva, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Struktur Modal Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 7(1), 1–12.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers.
- Manik, F., & Inrawan, A. (2017). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Return Saham pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 3(2), 45–53.
- Novianti, R., & Santosa, S. (2018). Keterkaitan Dewan Komisaris Independen, Arus Kas Bebas, Kepemilikan Institusional, Komite Audit Independen Pada Manajemen Laba (Pendekatan

Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2011-2015). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(3), 9–19.

Sirait, P. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Ekuilibria.

Sudana, I. M. (2019). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Airlangga University Press.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumantri, F. A., Anggraeni, R. D., & Kusnawan, A. (2018). Corporate Governance terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Eco-Buss*, 1(2), 59–74.

Wahyu, H. K. (2022). *Pengaruh Struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2020*. STIE Malangkucecwara.

Wibowo, F. P., Tholok, F. W., & Sugandha, S. (2021). Analysis of Factors Affecting Visitor Decision Making to Stay at Hotels (Case Study at Hotel in Umbulharjo District, Yogyakarta Special Region). *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(3), 64–74.

Pengaruh Peran Mahasiswa, Sosialisasi Perpajakan, dan Perhitungan Perpajakan Terhadap Pelaporan Perpajakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Buddhi Dharma)

Jonatan Pangestu¹⁾, Jenni²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾jonatanpangestu21@gmail.com

²⁾jenni_kal@yahoo.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Peran Mahasiswa
Sosialisasi Perpajakan
Perhitungan Perpajakan
Pelaporan Perpajakan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Peran Mahasiswa, Sosialisasi Perpajakan, dan Perhitungan Perpajakan Terhadap Pelaporan Perpajakan Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Buddhi Dharma.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer sebanyak 82 sampel dengan pengumpulan data dengan kuisioner. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan alat bantu SPSS Versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Peran Mahasiswa berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan, dan Perhitungan Perpajakan berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan. Sedangkan secara simultan variabel Peran Mahasiswa, Sosialisasi Perpajakan, dan Perhitungan Perpajakan berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan.

I. PENDAHULUAN

Perpajakan adalah suatu ilmu dan suatu kegiatan aktivitas untuk melakukan perencanaan terhadap pajak yang akan diperhitungkan dan jumlah pajak tersebut dilaporkan. Pajak adalah suatu pungutan dan pungutan tersebut sebagai sumber utama untuk penerimaan yang akan mendanai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Dari masyarakat umum, setiap hari muncul pertanyaan seperti : “ mengapa harus membayar pajak ? dan apa keuntungan kita ketika membayar pajak ?”. Pertanyaan tersebut setiap hari muncul karena secara nyata, masyarakat umum belum mengetahui keuntungan yang didapatkan dari pembayaran pajak. Pada masyarakat umum, banyak terjadi melakukan penghindaran pajak. Dalam era modern dan teknologi yang canggih, generasi muda melalui Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Jurusan Akuntansi adalah generasi yang mempunyai peran, kompetensi yang tinggi, profesional, mampu membaca keinginan masyarakat umum terhadap perpajakan. Mahasiswa adalah suatu individu yang melakukan menempuh dan menjalani pendidikan di perguruan tinggi sehingga dapat menjadi individu yang maju dan dapat menjadi generasi penerus. Mahasiswa tidak hanya untuk melatih diri sendiri, tetapi juga melatih sebagai penegakan perpajakan, dan sebagai generasi yang mempunyai prinsip terhadap kesadaran perpajakan, sehingga ada manfaat berupa pelayanan kepada masyarakat umum bidang perumahan dan fasilitas umum, kesehatan, keagamaan, sosial, dan lingkungan. Mahasiswa Universitas Buddhi

Dharma Jurusan Akuntansi memiliki peran untuk melakukan sosialisasi mengenai informasi pajak, didalam informasi tersebut, ada informasi mengenai perhitungan perpajakan.

Peneliti membuat penelitian ini dengan tujuan untuk menambah informasi kepada Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Jurusan Akuntansi bahwa Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Jurusan Akuntansi adalah individu yang melakukan menempuh dan menjalani di perguruan tinggi sehingga menjadi generasi muda penerus yang menjadi pedoman untuk masyarakat umum dan negara indonesia dibidang perpajakan agar menjadi lebih modern, sederhana, mudah, efisien, sesuai tepat sasaran, sesuai rencana.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Peran Mahasiswa

Mahasiswa adalah sebuah individu yang dimana sedang melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi sehingga ilmu yang sudah diajarkan oleh dosen dan disampaikan dapat diaplikasikan untuk menjawab tantangan kalangan masyarakat umum.

Peran Mahasiswa yang diterapkan adalah

1. Sebagai agen perubahan yang artinya, peran ini dapat diperoleh dengan cara ide, kreativitas, inovasi, pengetahuan yang telah di analisis dan di olah selama di universitas. Sehingga mahasiswa menjadi kaum yang memiliki kompetensi yang tinggi, analisis yang tinggi, dan dapat menjawab tantangan untuk melayani masyarakat umum,
2. Tidak pelit terhadap ilmu pengetahuan untuk masyarakat umum yang artinya, mahasiswa memiliki peran untuk tidak pelit terhadap ilmu pengetahuan untuk masyarakat umum, sehingga masyarakat umum dapat menilai positif dan dapat terbantu akan informasi yang disampaikan oleh mahasiswa.
3. Melakukan kontrol terhadap kebijakan pemerintah yang artinya, mahasiswa mengawasi kebijakan pemerintah dengan tujuan agar tidak dapat merugikan khususnya perpajakan untuk masyarakat umum.

Sosialisasi Perpajakan

Sosialisasi perpajakan untuk masyarakat umum itu sangat penting karena masyarakat umum yang belum tahu tentang pajak, dengan adanya sosialisasi perpajakan, dapat terbantu akan informasi yang didapatkan tentang pajak.

Mahasiswa dapat melakukan sosialisasi pajak dengan melakukan pengabdian kepada masyarakat umum dan melakukan seminar secara online.

Perhitungan Perpajakan

Perhitungan perpajakan adalah suatu proses dimana melakukan analisa terhadap berupa jumlah pajak yang harus dibayar sehingga dapat mengambil keputusan terhadap jumlah hasil pajak tersebut.

Pelaporan Perpajakan

Pelaporan perpajakan adalah suatu tahap terakhir untuk melaporkan pajak. Pajak yang dilaporkan tersebut dilaporkan dengan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT).

III. METODE

Jenis penelitian dalam melakukan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian pendekatan kuantitatif adalah pendekatan berupa terjun ke lapangan untuk melakukan penelitian secara langsung, melakukan pengolahan data berupa angka, dan hasil pengolahan tersebut berupa kesimpulan berupa hasil rumus, perhitungan, dan pengukuran terhadap data. Penelitian pendekatan kuantitatif juga meneliti populasi dan sampel.

Sumber data dalam hal ini adalah data didapatkan dari kuisioner, jurnal penelitian terdahulu, situs internet, dan buku.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu data berupa subjek dengan tujuan untuk membantu pengolahan data individu. Populasi yang diambil adalah Mahasiswa Akuntansi Strata Satu (S1) Semester 8 Universitas Buddhi Dharma sebanyak 82.

Sumber : Biro Administrasi Akademik Universitas Buddhi Dharma.

Sampel adalah suatu berupa data bagian dari data populasi individu yang dibuat. Sampel yang diambil adalah Mahasiswa Akuntansi Strata Satu (S1) Semester 8 Universitas Buddhi Dharma sebanyak 82.

Pengumpulan Data

a. Kuisioner

Kuisioner adalah suatu data berupa pertanyaan yang digunakan untuk melakukan kajian data sesuai dengan tema penelitian tersebut yang kemudian ditunjukkan kepada responden yang dituju untuk menjawabnya.

Teknik Analisis Data

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah suatu proses dimana menunjukkan sejauh mana kontribusi antara variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan satu. Koefisien determinasi (R^2) dikatakan mendekati satu berarti variabel independen memberikan informasi-informasi untuk memprediksi terhadap variabel dependen.

b. Uji T

Uji T adalah suatu uji yang digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel independen terdiri Peran Mahasiswa (X_1), Sosialisasi Perpajakan (X_2), Perhitungan Perpajakan (X_3). Variabel dependen terdiri dari Pelaporan Perpajakan (Y). Uji T dalam proses pengambilan keputusan apakah berpengaruh atau tidak berpengaruh terlebih dahulu menentukan T Hitung dan T Tabel dengan nilai sebesar 0,05 dengan rumus $df = n$ (jumlah data yaitu sampel) – k (jumlah variabel bebas), $df = 82 - 3 = 79$ dengan mendapatkan nilai table adalah sebesar 1,99045. Kriteria untuk pengujian hipotesis Uji T adalah :

1) Jika nilai signifikansi (sig). < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.

2) Jika nilai signifikansi (sig). > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

c. Uji F

Uji F adalah suatu uji yang digunakan untuk mencari dan melihat apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi terhadap variabel dependen. Variabel independen terdiri Peran Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Jurusan Akuntansi Terhadap Pentingnya Perpajakan (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), Perhitungan Perpajakan (X3). Variabel dependen terdiri dari Untuk Membantu Pelaporan Perpajakan Di Kalangan Masyarakat Umum (Y). Uji F dalam proses pengambilan keputusan apakah berpengaruh atau tidak berpengaruh terlebih dahulu menentukan F Hitung dan F Tabel dengan nilai sebesar 0,05. Cara menentukan F Tabel adalah dengan rumus :

$$DF1 = K \text{ (Jumlah Variabel Bebas) } - 1$$

$$DF1 = 3 - 1 = 2$$

$$DF2 = n \text{ (jumlah data yaitu sampel) } - k \text{ (jumlah Variabel Bebas) }$$

$$DF2 = 82 - 3 = 79$$

F Tabel : 3,11

Kriteria dalam pengujian hipotesis Uji F adalah :

1) Jika nilai Sig < 0,05 maka Ho diterima. Sehingga variabel independen secara individu mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai Sig > 0,05 maka Ho ditolak. Sehingga variabel independen secara individu tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

IV. HASIL

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,812 ^a	,759	,646	2,438

a. Predictors: (Constant), Perhitungan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Peran Mahasiswa

b. Dependent Variable: Pelaporan Perpajakan

Berdasarkan Tabel Tersebut adalah hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) dapat dilihat, Besarnya nilai pengaruh variabel Peran Mahasiswa Sosialisasi Perpajakan, Dan Perhitungan Perpajakan terhadap variabel Pelaporan Perpajakan yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (*Adjusted R Square*) sebesar 0,759 mempunyai arti bahwa sebesar 75,9% variasi Pelaporan Perpajakan dipengaruhi oleh varian Peran Mahasiswa Sosialisasi Perpajakan Dan Perhitungan Perpajakan sedangkan sisanya sebesar 24,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model tersebut.

Uji T

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,407	3,304		2,242	,028
	Peran Mahasiswa	,064	,134	,060	2,479	,004
	Sosialisasi Perpajakan	,302	,107	,342	2,815	,006
	Perhitungan Perpajakan	,488	,107	,475	4,558	,000

a. Dependent Variable: Pelaporan Perpajakan

Berdasarkan Tabel Tersebut adalah hasil Uji T dapat dilihat :

a. Pengaruh Peran Mahasiswa Terhadap Pelaporan Perpajakan.

Variabel Peran Mahasiswa (X1) memiliki total T Hitung senilai 2,479 > nilai T Tabel 1,99045 dan sig sebesar 0,004 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan variabel Peran Mahasiswa (X1) berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).

b. Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Terhadap Pelaporan Perpajakan.

Variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) memiliki total T Hitung senilai 2,815 > nilai T Tabel 1,99045 dan sig sebesar 0,006 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).

c. Pengaruh Perhitungan Perpajakan Terhadap Pelaporan Perpajakan.

Variabel Perhitungan Perpajakan (X3) memiliki total T Hitung senilai 4,558 > nilai T Tabel 1,99045 dan sig sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan variabel Perhitungan Perpajakan (X3) berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).

Uji F

Model		ANOVA ^a				Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	
1	Regression	895,419	3	298,473	50,232	,000 ^b

Residual	463,471	78	5,942		
Total	1358,890	81			

a. Dependent Variable: Pelaporan Perpajakan

b. Predictors: (Constant), Perhitungan Perpajakan, Sosialisasi Perpajakan, Peran Mahasiswa

Berdasarkan Tabel tersebut adalah hasil Uji F dapat dilihat :

Memiliki total F Hitung senilai $50.232 >$ nilai F Tabel $3,11$ dan sig sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Peran Mahasiswa (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), dan Perhitungan Perpajakan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).

V. KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Peran Mahasiswa (X1) berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).
2. Variabel Sosialisasi Perpajakan (X2) berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).
3. Variabel Perhitungan Perpajakan (X3) berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).
4. Variabel Peran Mahasiswa (X1), Sosialisasi Perpajakan (X2), dan Perhitungan Perpajakan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Pelaporan Perpajakan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

Andi, A. &. 2017. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Penggunaan E-Filing Pada Kpp Pratama Serang. *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Penggunaan E-Filing Pada Kpp Pratama Serang*, 41-65.

Dhimas Bramasta Lande, S. Z. 2019. Tiga Upaya Generasi Muda dalam Meningkatkan Kesadaran Pajak. *Tiga Upaya Generasi Muda dalam Meningkatkan Kesadaran Pajak*, 2.

Dwijugiasteady, K. 2017. Kebijakan Perpajakan Untuk Kesejahteraan Masyarakat, Kuliah Umum: FIA UI. *Kebijakan Perpajakan Untuk Kesejahteraan Masyarakat, Kuliah Umum: FIA UI*, 3.

Nilasari. 2018. Gerakan Sadar Pajak: Peningkatan Kesadaran Pajak Bagi Generasi Milenial. *Gerakan Sadar Pajak: Peningkatan Kesadaran Pajak Bagi Generasi Milenial.*, 6.

Nugroho, V. Q. 2020. PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK. *PENGARUH SOSIALISASI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK*, 7.

Puspasari, N. K. (2018). Mahasiswa: Bukan Generasi Muda Yang Buta . *Mahasiswa: Bukan Generasi Muda Yang Buta* , 1.

Pengaruh Kompensasi, Disiplin Kerja dan Motivasi Terhadap Produktivitas Karyawan PT. Ardhana

Fransiskus^{1)*}, Sutrisna²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Franslwiss2912@gmail.com

²⁾penulis3@domain.edu

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Kompensasi 1
Disiplin Kerja 2
Motivasi 3
Produktivitas Karyawan 4

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh remunerasi, disiplin kerja, dan motivasi terhadap produktivitas fisioterapis. Efisiensi karyawan di Ardhana Indonesia. Memahami pengaruh gaji, disiplin kerja, dan insentif kerja terhadap output karyawan di PT Ardhana Indonesia.

Untuk mengevaluasi validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji korelasi, uji regresi, uji t, dan uji f, digunakan SPSS versi 25 untuk penelitian kuantitatif. Purposive sampling adalah prosedur untuk memilih sampel. Pengambilan sampel yang memasukkan perhatian atau kriteria tertentu disebut sebagai sampel yang bertujuan. 700 orang merupakan populasi penelitian, dan 87 orang berpartisipasi sebagai responden.

I. PENDAHULUAN

Dalam budaya saat ini dan periode globalisasi yang selalu berubah, adalah umum untuk melihat bahwa banyak perusahaan gagal karena berbagai masalah. Kegagalan dapat disebabkan oleh ketidakmampuan organisasi untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi atau kurangnya kualitas kerja dari sumber daya manusia. Setiap orang menunjukkan kinerja dalam bentuk prestasi kerja yang ditetapkan oleh pekerja berdasarkan posisinya di dalam perusahaan (Rivai, 2014).

Dalam rangka memberikan pelayanan yang istimewa dan bernilai dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat yang disebabkan oleh kemajuan teknologi yang pesat dan lingkungan yang tidak bersahabat di setiap elemen keberadaan manusia, setiap bisnis membutuhkan sumber daya manusia dengan kemampuan khusus (Pujiarti, 2019).

Persoalannya adalah bagaimana menghasilkan sumber daya manusia yang mampu berkinerja optimal sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Hal ini tidak lepas dari aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kinerja individu ketika dibahas mengenai kinerja karyawan. Karena prevalensi masalah yang sangat rumit, pemangku kepentingan perusahaan harus memperhatikan sumber daya yang tersedia. (Luthfi, 2014).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kompensasi

Menurut (Wahjono, 2019, hlm. 150), kompensasi adalah sesuatu yang diperoleh karyawan sebagai imbalan atas jasanya kepada organisasi. Ini termasuk upah pokok, tunjangan, dan fasilitas material dan non-materi yang dapat dinikmati karyawan.

Disiplin Kerja

Menurut Markum (2019) dan Mangkunegara (2019), disiplin kerja adalah pelaksanaan manajemen untuk memperkuat pedoman organisasi. Menurut (Markum, 2019), disiplin adalah kesiapan dan keinginan individu untuk menerima dan menaati peraturan dan tata tertib yang berlaku padanya.

Motivasi

Menurut (Effendi, 2019), motivasi adalah kegiatan yang menginspirasi orang lain atau diri sendiri untuk melakukan tindakan yang diinginkan, sedangkan (Heidjrachman, 2019) mendefinisikan motivasi sebagai dorongan internal dan eksternal yang memotivasi seseorang untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditentukan. mengatur.

Produktivitas

Menurut (Hasibuan, 2017, hlm. 126), produktivitas adalah perbandingan antara output atau hasil terhadap input atau sumber daya. Jika peningkatan produktivitas hanya dimungkinkan melalui peningkatan efisiensi (waktu kerja), prosedur kerja, metode manufaktur, dan kemampuan staf, maka peningkatan produktivitas tidak berkelanjutan.

III. METODE

Penulis mengumpulkan data penelitian dengan menggunakan metode non-probability sampling. Menurut Supranto, pengertian non-probability sampling adalah tidak semua elemen memiliki peluang yang sama untuk dipilih (J. Supranto, 2015, hlm. 23). Purposive sampling adalah metode pemilihan sampel yang digunakan. Pengambilan sampel bertujuan adalah jenis pengambilan sampel yang menggabungkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Seluruh responden dalam penelitian ini yang direkrut dengan teknik purposive sampling adalah karyawan PT Ardhana Indonesia. Akibatnya, 87 responden akan menjadi sampel untuk penyelidikan ini.

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kompensasi (X1)	1.Gaji	1.Standar	Likert
			2.Pendidikan	Likert
			3.Tanggung jawab	Likert
			4.Lamanya bekerja	Likert
			5.Tepat waktu	Likert
		2.Upah	6.Jam kerja	Likert
		3.Insentif	7.Prestasi	Likert
		4.Kompensasi tidak langsung	8.Transport	Likert
			9.Pensiun	Likert
			10.Tunjangan hari raya	Likert

Sumber : Menurut (Veithzal Rivai, 2013, 744-746)

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
2.	Disiplin kerja (X2)	1.Disiplin Retributif	1.Mempunyai rasa memiliki	Likert
		2.Disiplin Korektif	2.Bertanggung jawab terhadap standar yang ada.	Likert
		3.Disiplin Hak-Hak Individual	3.Tepat waktu	Likert
			4.Pertanggung jawaban	Likert
			5.Sanksi atau hukuman	Likert
			6.Pengawasan melekat	Likert
			7.Keadilan	Likert
		4.Disiplin Utilitarian	8.Efek jera	Likert
			9.Ketegasan	Likert
			10.Komunikasi	Likert

Sumber : Manajemen Sumber Daya Manusia, (Hasibuan, 2017, hal. 194)

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
3.	Motivasi Kerja (X3)	1.Kebutuhan (Karsa)	1.Sosialisasi	Likert
		2.Dorongan	2.Keinginan untuk maju	Likert
			3.Semangat kerja	Likert
			4.Penghargaan	Likert
		3.Insentif	5.Bonus	Likert
			6.Keadilan dan kelayakan	Likert
			7.Evaluasi jabatan	Likert
			8.Lama kerja	Likert
		4.Penilaian	9.Penilaian kinerja	Likert
			10.Kehadiran	Likert

Sumber : Menurut (Suparyadi 2015, 417-418)

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
4.	Produktivitas Karyawan (Y)	1.Aspek Produktivitas Kerja	1.Kemampuan manajemen tenaga kerja.	Likert
			2.Efisiensi tenaga kerja	Likert
			3.Kondisi lingkungan pekerjaan	Likert
		2.Pengaruh Produktivitas Kerja Indikator Produktivitas	4. Hubungan antara atasan dan bawahan.	Likert
			5.Kemampuan melaksanakan tugas	Likert
			6. Meningkatkan hasil	Likert
			7. Semangat kerja	Likert
		3. Peningkatan Produktivitas Kerja	8. Pengembangan diri	Likert
			9. Perbaikan terus menerus	Likert
			10. Peningkatan hasil mutu	Likert

Sumber : Manajemen Sumber Daya Manusia (Prof. Dr. H. Edy Sutrisno, M.Si , 2019,104)

IV. HASIL

Analisis Korelasi

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,970 ^a	,940	,938	1,453	1,979

a. Predictors: (Constant), x3_Motivasi_kerja, x1_Kompensasi, x2_Disiplin_kerja

b. Dependent Variable: y_Produktivitas_karyawan

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan perhitungan SPSS tersebut di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,97 yang menunjukkan bahwa hubungan antara gaji, disiplin kerja, dan motivasi dengan produktivitas karyawan sangat tinggi. Sedangkan koefisien determinasi sebesar 0,938 yang menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas pegawai PT Ardhana Indonesia sebesar 93,8% secara signifikan didorong oleh remunerasi, disiplin kerja, dan motivasi, sisanya sebesar 6,2% ($100-93,8\% = 6,2\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. variabel.

Tabel 3. Korelasi

		y_Produktivitas_karyawan	x1_Kompensasi	x2_Disiplin_kerja	x3_Motivasi_kerja
y_Produktivitas_karyawan	Pearson Correlation	1	,873**	,855**	,896**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	87	87	87	87
x1_Kompensasi	Pearson Correlation	,873**	1	,800**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	87	87	87	87
x2_Disiplin_kerja	Pearson Correlation	,855**	,800**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	87	87	87	87
x3_Motivasi_kerja	Pearson Correlation	,896**	,802**	,842**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Output SPSS

Menurut penyelidikan SPSS sebelumnya, koefisien korelasi (r) antara kompensasi PT Ardhana Indonesia dan produktivitas karyawan cukup kuat.

Koefisien korelasi (r) hasil perhitungan SPSS sebesar 0,85 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara disiplin kerja dengan produktivitas staf di PT Ardhana Indonesia.

Koefisien korelasi (r) hasil perhitungan SPSS sebesar 0,89 menunjukkan bahwa hubungan antara motivasi kerja karyawan dengan produksi pada PT Ardhana Indonesia relatif kuat.

Analisis Regresi

Tabel 4. Analisis Regresi

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,351	,981		1,378	,172
	x1_Kompensasi	,131	,049	,145	2,695	,009
	x2_Disiplin_kerj	,613	,072	,634	8,538	,000
	a					
	x3_Motivasi_kerja	,217	,061	,224	3,554	,001

Sumber: Output SPSS

Dari hasil analisis regresi tersebut diketahui bahwa:

Nilai a = 1,351

Nilai b₁ = 0,131

Nilai b₂ = 0,613

Nilai b₃ = 0,217

Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat dibuat persamaan regresi:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 = 1,351 + 0,131X_1 + 0,613X_2 + 0,217X_3$$

Keterangan:

Nilai a sebesar 1,351, artinya bila X₁ (Kompensasi), X₂ (Disiplin kerja) dan X₃ (Motivasi) tidak mengalami perubahan, maka nilai Y (Produktivitas karyawan) adalah sebesar 1,351 satuan.

Nilai b₁ sebesar 0,131, artinya bila X₂ (Disiplin kerja) dan X₃ (Motivasi) tidak mengalami perubahan, maka setiap perubahan satu satuan X₁ (Kompensasi) akan meningkatkan Y (Produktivitas karyawan) sebesar 0,131 satuan.

Nilai b₂ sebesar 0,613, artinya bila X₁ (Kompensasi) dan X₃ (Motivasi) tidak mengalami perubahan, maka setiap perubahan satu satuan X₂ (Disiplin kerja) akan meningkatkan Y (Produktivitas karyawan) sebesar 0,613 satuan.

Nilai b₃ sebesar 0,217, artinya bila X₁ (Kompensasi) dan X₂ (Disiplin kerja) tidak mengalami perubahan, maka setiap perubahan satu satuan X₃ (Motivasi) akan meningkatkan Y (Produktivitas karyawan) sebesar 0,217 satuan.

Pengujian Hipotesis

Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2752,647	3	917,549	434,47	,000 ^b
	Residual	175,284	83	2,112	5	
	Total	2927,931	86			

a. Dependent Variable: y_Produktivitas_karyawan

b. Predictors: (Constant), x3_Motivasi_kerja, x1_Kompensasi, x2_Disiplin_kerja

Sumber: Output SPSS

Pada analisis (Anova), diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 434.475$ jika dibandingkan dengan F_{tabel} , dengan ambang batas signifikansi 0,05 dan penyebut $df = 1$, menghasilkan $F_{tabel} = 3,15$. Hasil ini berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka regresi antara X_1 , X_2 , X_3 , dan Y adalah linier. Hasil sig $0,00 < 0,05$ H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa remunerasi, disiplin kerja, dan insentif berpengaruh besar terhadap produktivitas karyawan di PT Ardhana Indonesia.

**Uji T
 Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1,351	,981		1,378	,172
	x1_Kompensasi	,131	,049	,145	2,695	,009
	x2_Disiplin_kerja	,613	,072	,634	8,538	,000
	x3_Motivasi_kerja	,217	,061	,224	3,554	,001

Sumber: Output SPSS

Hipotesis nol H_0 ditolak dan hipotesis alternatif H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel remunerasi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap produktivitas kerja karyawan. di PT. Ardhana Indonesia.

Berdasarkan hasil uji-t yang ditampilkan pada tabel sebelumnya, dimana nilai sig untuk variabel disiplin kerja adalah $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap produktivitas PT Ardhana personel Indonesia.

Berdasarkan hasil uji t tabel sebelumnya, dimana nilai sig untuk variabel motivasi kerja adalah $0,001 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap produktivitas PT Ardhana Indonesia.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji hubungan antara produktivitas karyawan dengan remunerasi, disiplin kerja, dan motivasi. Berdasarkan analisis dan perdebatan penelitian, kesimpulan berikut dapat ditarik :

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor gaji dengan produktivitas kerja karyawan pada PT Ardhana Indonesia ($sig=0,0090,05$). Nilai koefisien korelasi sebesar 0,873 menunjukkan hal tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa varians dalam peningkatan produktivitas karyawan PT Ardhana Indonesia dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel remunerasi. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan PT Ardhana Indonesia akan lebih produktif jika diberi kompensasi yang tepat.

2. Hubungan antara karakteristik disiplin kerja dengan produktivitas karyawan PT Ardhana Indonesia adalah signifikan ($sig=0,0000,05$). Nilai koefisien korelasi sebesar 0,85 menunjukkan hal tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa varians dalam peningkatan produktivitas pegawai PT Ardhana Indonesia dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel disiplin kerja. Dengan demikian, jika pekerja bekerja dengan tingkat kedisiplinan yang tinggi akan mampu meningkatkan produktivitas karyawan PT Ardhana Indonesia.

3. Terdapat hubungan yang signifikan ($sig=0,0010,05$) antara faktor motivasi dengan produktivitas kerja karyawan di PT Ardhana Indonesia. Nilai koefisien korelasi 0,896% menunjukkan hal tersebut. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variasi yang terjadi pada peningkatan produktivitas karyawan PT Ardhana Indonesia dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel motivasi. Artinya, jika karyawan bekerja dengan dorongan motivasi yang tinggi maka akan dapat meningkat produktivitas karyawan PT Ardhana Indonesia.

4. Faktor remunerasi, disiplin kerja, dan motivasi berpengaruh signifikan ($sig=0,0000<0,05$) terhadap produktivitas insan PT Ardhana Indonesia. Nilai koefisien korelasi ganda sebesar 0,970.0 menunjukkan hal tersebut. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa variasi yang terjadi pada peningkatan produktivitas karyawan PT Ardhana Indonesia dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel kompensasi, disiplin kerja dan motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. (2015). *Psikologi Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, L. R. (2014). *Peramalan Bisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Bungin, B. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Burhan, B. (2017). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Darsono. (2018). *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Deliarnov. (2019). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: UI Press.
- Effendi, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya CV.
- Eriyanto. (2019). *Analisis Naratif*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Fuad, M. (2014). *Pemimpin dan kepemimpinan*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (1st ed.)*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (2nd ed.)*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Harjoyo & Desilia Purnama D. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Tangerang: UNPAM EXPRES, Universitas Pamulang.
- Hasibuan, M. S. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Dasar dan Kunci Keberhasilan*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Hasibuan, M. S. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Dasar dan Kunci Keberhasilan*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Heidjrachman, R. (2019). *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: UPP-AMP YJPN.
- J. Supranto. (2015). *Statistik: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Jumjuma. (2019). *Analisis Pengaruh Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja terhadap Prestasi Kerja Dosen Politeknik Negeri Medan*. Medan.
- Kuncoro, M. (2019). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2019). *Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep dan Praktik Penelitian Bisnis (Vol. 1)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Luthfi. (2014). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt Elsiscom Prima Karya, Kantor Perwakilan Surabaya)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 13 No. 1, 13*. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Mangkunegara, A. P. (2019). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Markum, S. (2019). "Manajemen sumber Daya Manusia". dalam Edy Sutrisna, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Pangarso, A. dan P. I. S. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Biro Pelayanan Sosial Dasar Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat Astadi Pangarso. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 9. No. 2*. Retrieved from <https://e-journal.unair.ac.id>
- Priyatno, D. (2018). *Mandiri Belajar SPSS: untuk analisis data dan uji statistik (1st ed.)*. Yogyakarta: MediaKom.
- Priyatno, D. (2019). *Mandiri Belajar SPSS: untuk analisis data dan uji statistik (2nd ed.)*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rachmat, K. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ravianto, J. (2013). *Produktivitas dan Pengukuran*. Jakarta: Binaman Aksara.
- Riduwan. (2014). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, V. (2014). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi (Cetakan Pertama)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Robin, D. M. C. (2019). *Manajemen*. (Bob Sabranm, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Rosidah, S. &. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, R. (2019). *Manajemen dan Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Siagian, S. (2016). *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. (Rineka Cipta, Ed.) (1st ed.). Jakarta.
- Siagian, S. (2018). *Teori Motivasi dan Aplikasinya (2nd ed.)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Simanjuntak. (2015). *Manajemen Sumber Daya Insani*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sinambela, L. P. (2016). *Kinerja Pegawai (Edisi Kelima Cetakan Pertama) (5th ed.)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Singodimedjo. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Soedjono. (2019). *Pengukuran Kinerja Karyawan (2nd ed.)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Steers, R.M., Porter, L.W dan Brigley, G. . (2019). *Motivation and Leadership at Work McGraw-Hill*. Singapore.

- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono. (2013). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sutrischstini. (2019). *Hubungan antara ketrampilan Manajerial Kepala Sekolah dan Iklim Organisasi dengan Kinerja Guru*. Jakarta.
- Sutrisna. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Umar, H. (2017). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Uyanto, S. S. (2019). *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wahjono, S. I. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta Indonesia: RajaGrafindo.
- Wibowo. (2019). *Budaya Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widiaswara Tias, S. utop. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada pelanggan air minum dalam kemasan Club di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 6.
- Zainun, B. (2019). *Manajemen dan Motivasi*. Jakarta: Balai Aksar

Pengaruh Media, Bimbingan Guru Serta Kekuatan Sinyal Dalam Proses Belajar Online Dimasa Pandemi Covid-19 Terhadap Kepuasan Belajar Siswa Pada Smk Ariya Metta

Merlin kasmara¹⁾¹, Yusman²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾merlinkasmara14@gmail.com

²⁾ysm1207@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Media 1
Bimbingan Guru 2
Kekuatan Sinyal 3
Kepuasan Belajar Siswa 4

Penulisan skripsi ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media, bimbingan guru serta kekuatan sinyal dalam proses belajar online terhadap kepuasan belajar siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta. Penelitian yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan metode sampel acak sederhana. Dari hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil persamaan $Y = 1.793 + 0,256X_1 + 0,088X_2 + 0,617X_3$. hasil koefisien korelasi media memiliki korelasi yang positif dengan tingkat hubungan kuat terhadap kepuasan belajar siswa yaitu sebesar 0,731. Bimbingan guru memiliki korelasi yang positif dengan tingkat hubungan kuat terhadap kepuasan belajar siswa yaitu sebesar 0,659 dan kekuatan sinyal memiliki korelasi yang positif dengan tingkat hubungan sangat kuat terhadap kepuasan belajar siswa yaitu sebesar 0,852

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh thitung untuk media sebesar 10.609, thitung untuk bimbingan guru sebesar 8.677, thitung untuk kekuatan sinyal sebesar 16.100, dengan ttabel sebesar 1.660 yang diperoleh dari tabel distribusi untuk $df = 100 - 3$ dan *level of significant* 0,05.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi saat ini beriringan membentuk sebuah kemajuan. Internet menjadi salah satu perkembangannya, internet sudah menjadi kebutuhan pokok manusia diseluruh dunia yang dapat diakses dengan mudah tanpa batasan informasi dan komunikasi. Untuk mengakses internet membutuhkan media penunjang seperti smartphone, tablet, komputer dan laptop. Di era globalisasi penunjang media tersebut mudah didapatkan dan sudah menjadi kebutuhan dalam sehari-hari, teknologi informasi membutuhkan komponen perangkat lunak dan perangkat keras serta kekuatan sinyal yang berpengaruh agar bekerja dengan baik dan kompatibel. Dampak dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memberikan efektivitas dan efisien informasi dan komunikasi seperti politik, hiburan, pendidikan dan lainnya, pada penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh media, bimbingan, dan kekuatan sinyal dalam proses belajar online (daring). Pendidikan berfungsi mengembangkan potensi diri dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa bertujuan untuk mengembangkan peserta didik yang beriman bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berintegritas moral serta berilmu, cakap, kreatif, mandiri, demokratis dan bertanggung jawab.

Masuknya Corona Virus Disease (COVID-19) di Indonesia memberikan dampak terhadap kesehatan, sosial, maupun pendidikan dan lainnya. Covid-19 merupakan penyakit yang menyerang melalui pernafasan dan kekebalan tubuh. Dengan upaya mencegah terjadinya penyebaran virus covid-19

seperti lockdown, selfquarantine, sosial distancing, pemerintah juga mengambil keputusan untuk Pembatasan Sosial Berkala Besar (PSBB). Pemerintah Indonesia memperhatikan kesehatan dan keselamatan pelajar generasi bangsa, melalui surat edaran No 15 Tahun 2020 tentang pedoman penyelenggaraan belajar dari rumah dalam masa darurat penyebaran covid- 19 oleh kementerian pendidikan dan kebudayaan.

Dalam upaya agar pendidikan Indonesia tetap terlaksana saat pandemic covid-19, pemerintah memberikan subsidi seperti kuota belajar untuk lembaga pendidikan dan mengubah proses pembelajaran pada setiap lembaga pendidikan dengan sistem daring (dalam jaringan) yang merupakan proses belajar tanpa tatap muka secara langsung antara guru dan siswa tetapi melalui online yang menggunakan media, kekuatan sinyal, dan bimbingan guru. Sekolah sebagai lembaga penyelenggara pendidikan harus siap memfasilitasi perubahan apapun menyangkut pendidikan siswanya, seperti dalam proses daring memberikan subsidi kuota kepada guru dan siswa untuk mendukung kelancaran dalam proses pembelajaran. Dalam daring setiap guru dan siswa wajib mempunyai media seperti smartphone, tablet, komputer dan laptop untuk mengakses pembelajaran daring yang menghubungkan antara guru dan siswa.

Kondisi pandemi menuntut lembaga pendidikan untuk beradaptasi dengan cara berinovasi dan berkreatif dalam mengubah pola pengajaran offline menjadi online agar pembelajaran maksimal meskipun demikian, tidak berarti guru memberikan tugas dengan sewenang- wenang kepada siswa yang dikerjakan di rumah. Jika seperti itu memberikan tugas yang banyak menjadi beban bagi para siswa, dengan hal ini guru harus tetap mengawasi, memberi arahan dan bimbingan siswa selama berlangsungnya proses daring. Meskipun daring praktis dan dapat dilakukan dimana saja tidak terlepas dari kekuatan sinyal mempengaruhi pembelajaran daring, banyak siswa yang mengeluh keterlambatan sinyal yang menghambat berlangsungnya belajar. Posisi guru dan para siswa yang berjauhan tidak memiliki kontrol penuh atas pembelajaran yang dilakukan, hal ini membuat terhambat dalam penyampaian materi dan feedback dari siswa.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Media dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta?
2. Bagaimana pengaruh Bimbingan Guru dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta ?
3. Bagaimana pengaruh Kekuatan Sinyal dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta ?
4. Bagaimana pengaruh Media, Bimbingan Guru dan Kekuatan Sinyal dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Media dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta.
2. Untuk mengetahui Bimbingan Guru dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta.
3. Untuk mengetahui Kekuatan Sinyal dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Media, Bimbingan Guru, dan Kekuatan Sinyal dalam proses belajar online terhadap Kepuasan Belajar Siswa selama pandemi covid-19 pada SMK Ariya Metta.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Media

Menurut Imas dan Berlin (2017:19-20) menyatakan bahwa :

”Media pembelajaran dapat diartikan sebagai perantara sampainya pesan belajar (message learning) dari sumber pesan (message resource) kepada penerima pesan (message receiver) sehingga terjadi interaksi belajar mengajar. Dimana dalam media pembelajaran terdapat dua unsur yang terkandung, yaitu pesan atau bahan pengajaran yang akan disampaikan atau perangkat lunak, dan alat penampil atau perangkat keras.”

Bimbingan Guru

Menurut Maswan dan Khoirul Muslimin (2011: 219) menyatakan bahwa:

“Mengajar adalah memberi pelajaran kepada seseorang (peserta didik) dengan cara melatih dan memberi petunjuk agar mereka memperoleh sejumlah pengalaman.”

Kekuatan Sinyal

Menurut Waode Shaleha, (2014:44) menyatakan bahwa :

“Kualitas jaringan adalah suatu titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya dengan adanya koneksi yang tersedia sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan suatu informasi.”

Kepuasan Belajar Siswa

Menurut (Kotler dan Amstrong 2015:46) menyatakan bahwa:

“Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.”

III. Metode

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif yang di uji dengan menggunakan SPSS Ver19

.

Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah siswa SMK Ariya Metta.

Populasi dan Sampel

Populasi SMK Ariya Metta adalah 247 murid, namun pada saat uji sampling dilakukan populasi murid SMK Ariya Metta yang dapat diperoleh datanya hanya 130 murid sedangkan 117 murid sudah lulus pada saat itu. Sampel yang penulis ambil untuk penelitian ini sebanyak 100 orang, sesuai dengan perhitungan rumus *Slovin*.

Teknik Analisis Data

1. Uji validitas (Sugiyono 2016, 430) mengatakan bahwa :

“Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.”

2. Uji reliabilitas Menurut (Ghozali 2018, 47) menyatakan bahwa :

“Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”

3. Analisis regresi linear sederhana Menurut (Sugiyono 2017, 273) menyatakan bahwa:

“Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).”

4. Persamaan regresi linier berganda Menurut (Sugiyono 2017, 275) menyatakan bahwa:

“Persamaan regresi linier berganda merupakan suatu persamaan regresi yang variabel bebasnya lebih dari satu variabel.”

III. HASIL

1. Data Responden

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	32	32.0	32.0	32.0
	WANITA	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber data SPSS Versi 25.00

Pada penelitian ini jumlah responden keseluruhan adalah 100 orang yang terdiri dari 32 orang berjenis kelamin pria atau sebesar 32% dan sisanya terdiri dari responden berjenis kelamin wanita yang terdiri dari 68 orang atau sebesar 68%.

Data Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	≥ 18 TAHUN	3	3.0	3.0	3.0
	15-16 TAHUN	40	40.0	40.0	43.0
	16-17 TAHUN	44	44.0	44.0	87.0
	17-18 TAHUN	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber data SPSS Versi 25.00

Pada penelitian ini usia responden yang berada pada golongan lebih dari atau sama dengan (\geq) 18 tahun adalah berjumlah sebesar 3%, responden dengan golongan usia 15-16 tahun adalah berjumlah sebesar 40%, responden dengan golongan usia antara 16-17 tahun sebesar 44% dan responden dengan golongan usia antara 17-18 tahun sebesar 13%.

Data Responden Berdasarkan Pendidikan

		Kelas			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	X	20	20.0	20.0	20.0
	XI	46	46.0	46.0	66.0
	XII	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber data SPSS versi 25.00

Pada penelitian ini, kelas X responden dengan total sebanyak sebesar 20%, klasifikasi kelas XI responden dengan total sebanyak sebesar 46% dan klasifikasi kelas XII responden dengan total sebanyak sebesar 34%.

Regresi Linear Sederhana X1 Terhadap Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.447	2.526		4.531	.000
MEDIA	.734	.069	.731	10.609	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN BELAJAR SISWA SMK

Sumber data SPSS versi 19.00

Tabel di atas, dapat diidentifikasi bahwa nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficient* terdiri dari nilai *constant* sebesar 11.447, sedangkan untuk nilai koefisien media (X1) sebesar 0,734 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 11.447 + 0,734X_1$

Model Summary X1 Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.535	.530	3.48083

a. Predictors: (Constant), MEDIA

Sumber data SPSS versi 19.00

Koefisien korelasi

Pada table diatas, menunjukkan besarnya nilai korelasi (R) sebesar 0,731. Maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel media (X1) terhadap variabel kepuasan belajar siswa (Y) sebesar 73,1%.

Koefisien determinasi

Nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh adalah 53,5%

Uji T

pada variabel X1 (media) memiliki nilai $t_{hitung} (10,609) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan

Regresi Linear Sederhana X2 Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.531	2.275		8.144	.000
BIMBINGAN GURU	.558	.064	.659	8.677	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN BELAJAR SISWA SMK
 Sumber data SPSS versi 19.00

Tabel di atas, dapat diidentifikasi bahwa nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficient* terdiri dari nilai *constant* sebesar 18.531, sedangkan untuk nilai koefisien bimbingan guru (X2) sebesar 0,558 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 18.531 + 0,558X_2$

Koefisien korelasi

Pada tabel di atas, menunjukkan besarnya nilai korelasi (R) sebesar 0,659

Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 43,4%

Uji T

Berdasarkan hasil pada Tabel pada variabel X2 (bimbingan guru) memiliki nilai t_{hitung} (8,677) > t_{tabel} (1,660) dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.434	.429	3.83688

a. Predictors: (Constant), BIMBINGAN GURU

Sumber data SPSS versi 19.00

Regresi Linear Sederhana X3 Terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.995	2.067		2.417	.017
KEKUATAN SINYAL	.853	.053	.852	16.100	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN BELAJAR SISWA SMK

Sumber data SPSS versi 19.00

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diidentifikasi bahwa nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficient* terdiri dari nilai *constant* sebesar 4.995, sedangkan untuk nilai koefisien kekuatan sinyal (X3) sebesar 0,853 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 4.995 + 0,853X_3$

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.726	.723	2.67231

a. Predictors: (Constant), KEKUATAN SINYAL
 Sumber data SPSS versi 19.00

Model Summary X3 Terhadap Y

Koefisien Korelasi

Pada tabel di atas, menunjukkan besarnya nilai korelasi (R) sebesar 0,852. Maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel kekuatan sinyal (X3) terhadap variabel kepuasan belajar siswa (Y) sebesar 85,2%.

Koefisien Determinasi

Pada tabel di atas, dapat diidentifikasi bahwa nilai R Square merupakan nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas (X3) dan variabel terikat (Y). Nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh adalah 72,6%

Uji T

Berdasarkan hasil pada tabel, pada variabel X3 (kekuatan sinyal) memiliki nilai t_{hitung} (16,100) > t_{tabel} (1,660) dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan.

Regresi Linear Berganda X1, X2 Dan X3 Terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.793	1.990		.901	.370
MEDIA	.256	.069	.255	3.693	.000
BIMBINGAN GURU	.088	.057	.104	1.551	.124
KEKUATAN SINYAL	.617	.069	.616	8.939	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN BELAJAR SISWA SMK
 Sumber data SPSS versi 19.00

Berdasarkan tabel di atas, dapat diidentifikasi bahwa nilai B pada kolom *Unstandardized Coefficient* terdiri dari nilai *constant* sebesar 1.793, sedangkan untuk nilai koefisien media (X1) sebesar 0,256 , nilai koefisien bimbingan guru (X2) sebesar 0,088 , nilai koefisien kekuatan sinyal (X3) sebesar 0,617. $Y = 1.793 + 0,256X_1 + 0,088X_2 + 0,617X_3$

Koefisien Korelasi

Model Summary X1,X2 dan X3 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.780	.773	2.41827

a. Predictors: (Constant), KEKUATAN SINYAL, BIMBINGAN GURU, MEDIA

Sumber data SPSS versi 19.00

Pada tabel di atas, menunjukkan besarnya nilai korelasi (R) sebesar 0,883. Maka dapat diartikan bahwa pengaruh variabel media (X1), bimbingan guru (X2) dan kekuatan sinyal (X3) terhadap variabel kepuasan belajar siswa (Y) sebesar 88,3%

Koefisien Determinasi

Pada tabel, dapat diidentifikasi bahwa nilai R Square merupakan nilai Koefisien Determinasi (R²) yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh

interaksi variabel bebas (X1, X2 dan X3) dan variabel terikat (Y). Nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh adalah 78%

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1989.578	3	663.193	113.404	.000 ^b
Residual	561.412	96	5.848		
Total	2550.990	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN BELAJAR SISWA

b. Predictors: (Constant), MEDIA, BIMBINGAN GURU, KEKUATAN SINYAL
Sumber data SPSS versi 19.00

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat diidentifikasi bahwa nilai F_{hitung} ($113.404 > F_{tabel}$ (2,70) dan probabilitas $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara media, bimbingan guru, serta kekuatan sinyal terhadap kepuasan belajar siswa

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian pengaruh media, bimbingan guru serta kekuatan sinyal terhadap kepuasan siswa di SMK Ariya Metta adalah sebagai berikut :

1. Media berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan belajar siswa di SMK Ariya Metta. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,535 artinya media memberikan pengaruh sebesar 53,5% terhadap kepuasan belajar siswa dan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.
2. Bimbingan guru berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan belajar siswa di SMK Ariya Metta. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,434 artinya bimbingan guru memberikan pengaruh sebesar 43,4% terhadap kepuasan belajar siswa dan sisanya 56,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.
3. Kekuatan sinyal berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan belajar siswa di SMK Ariya Metta. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,726 artinya kekuatan sinyal memberikan pengaruh sebesar 72,6% terhadap kepuasan belajar siswa dan sisanya 27,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.
4. Media, bimbingan guru serta kekuatan sinyal berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan belajar siswa di SMK Ariya Metta. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,780 artinya media, bimbingan guru serta kekuatan sinyal memberikan pengaruh sebesar 78% terhadap kepuasan belajar siswa dan sisanya 22% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

GHOZALI, IMAM. 2018. APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25. BADAN PENERBIT UNIVERSITAS DIPONEGORO: SEMARANG

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung : IKAPI

Pengaruh CAR, ROI, Dan EPS Terhadap Roa Pada Perbankan Yang Tengah Proses Menjadi Digital (Neo Bank)

Davin Matheus^{1)*}, Eso Hernawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾davinmatheus9@gmail.com

²⁾eso.hernawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

CAR
EPS
ROI
ROA

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Return on Investment* (ROI), dan *Earning per Share* (EPS) pada bank yang mengaku sedang menjalani transformasi digital mempengaruhi *Return on Assets* (ROA). Penelitian ini merupakan salah satu contoh penelitian kuantitatif. Data dokumentasi dari laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari situs perbankan dan Bursa Efek Indonesia digunakan untuk analisis ini (BEI). Empat puluh lima lembaga keuangan dari BEI digunakan sebagai sampel penelitian ini. *Purposive sampling* digunakan untuk pengumpulan data. Kriteria penelitian dipilih, dan kemudian 35 laporan dikumpulkan untuk dijadikan observasi. Secara khusus, alat analisis *regresi linier* berganda SPSS 26 membentuk tulang punggung metodologi penelitian.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa CAR tidak berpengaruh terhadap ROA dengan nilai signifikansi $0,515 > 0,05$. ROI berpengaruh signifikan terhadap ROA dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. EPS berpengaruh signifikan terhadap ROA dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Variabel CAR, ROI, dan EPS secara simultan berpengaruh signifikan terhadap ROA.

I. PENDAHULUAN

Perbankan didefinisikan dalam UU No. 10 Tahun 1998 sebagai suatu industri yang mengambil simpanan masyarakat dan mengembalikannya dalam bentuk kredit atau jasa lainnya untuk meningkatkan taraf hidup setiap orang.

Bank dapat didefinisikan sebagai organisasi publik atau swasta yang menerima simpanan dari masyarakat dan mendistribusikan dana tersebut melalui berbagai kredit dan produk keuangan lainnya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan kesejahteraan individu.

Hingga saat ini, kemajuan teknologi sangatlah pesat. Teknologi cashless sudah banyak digunakan oleh banyak negara. Cashless merupakan teknologi dimana dalam terjadinya transaksi, tidak perlu digunakan lagi uang tunai dan sepenuhnya dengan menggunakan digital.

Istilah "*cashless society*" biasanya digunakan untuk merujuk pada situasi di mana semua transaksi moneter dilakukan secara elektronik. Dalam ekonomi tanpa uang tunai, orang tidak lagi membawa uang tunai dalam jumlah besar karena sebagian besar transaksi dilakukan di dunia maya. Masyarakat tanpa uang tunai juga dapat dianggap sebagai ekonomi di mana tidak ada mata uang fisik yang digunakan.

Akibatnya, bank digital, juga dikenal sebagai neobank, telah muncul sebagai akibat langsung dari adopsi luas inovasi tanpa uang tunai oleh lembaga keuangan tradisional. Semua aktivitas perbankan dapat dilakukan dengan neobank (juga dikenal sebagai bank online, teknologi keuangan, fintech, bank virtual, atau bank digital). Neobank tidak memiliki bentuk fisik dan beroperasi penuh secara online. Neobank merupakan inovasi baru yang menawarkan fitur – fitur yang baru dengan kemudahan pengoperasian bank, fleksibilitas yang lebih dan kepuasan nasabah, juga meringankan biaya administrasi. Bila dibandingkan dengan bank pada umumnya, neobank memiliki keunggulan seperti teknologi dan inovasi baru, data yang sulit dieksploitasi karena perusahaan berdiri sendiri, dan menghemat biaya karena tidak memiliki bentuk fisik.

* Corresponding author

Dari penjelasan diatas, dapat dideskripsikan bahwa neobank merupakan bank yang seluruh pengoperasiannya adalah digital. Pemotongan harga karyawan, penghematan biaya gedung dan mudahnya dijangkau oleh nasabah merupakan keunggulan dari neobank. Selain itu, neobank lebih fleksibel daripada bank konvensional pada umumnya. Kekurangan neobank adalah neobank tidak dapat dijangkau bila diwilayah yang tidak terdapat koneksi internet, belum memiliki ijin bank yang dibuat oleh pemerintah (ijin masih bergantung pada bank konvensional), dan masih menggunakan media perantara bila ingin melakukan penyetoran uang.

Kesediaan bank yang ingin melakukan transformasi memerlukan cadangan uang yang memadai. Kesiapan cadangan uang perusahaan bank dapat dihitung dengan rasio Capital Adequacy Ratio (CAR). Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap pengembalian rasio Return On Assets (ROA) perlu dilakukan penghitungan agar saat perusahaan melakukan konversi menjadi neobank perusahaan memiliki dana yang cukup untuk menopang sewaktu – waktu adanya krisis atau banyaknya penarikan dana dari sejumlah nasabah yang tiba – tiba terjadi karena isu dari politik. Penghitungan pengaruh Return On Investment (ROI) terhadap Return On Assets (ROA) dilakukan untuk menilai berapa banyak hasil pengembalian yang didapat apabila perusahaan melakukan konversi menjadi neobank. Bank yang ingin melakukan ekspansi menjadi neobank biasanya melakukan akuisisi terhadap bank lain yang lebih kecil daripada banknya untuk dijadikan neobank. Kejadian tersebut merupakan investasi perusahaan bank untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Apabila kinerja perusahaan bank yang diakuisisi tidak terlalu baik maka rasio ROI akan kurang memuaskan dan jangka pengembalian ROA akan menjadi sangat panjang. Beberapa perusahaan bank juga melakukan ekspansi menjadi neobank sendiri tanpa mengakuisisi bank lain meskipun harga investasinya cenderung lebih besar. Earning Per Share (EPS) merupakan hasil pendapatan dari harga per saham. EPS dapat dilihat sebagai pendapatan tambahan yang membantu dalam pengoperasian perusahaan. Pengaruh EPS terhadap ROA adalah bahwa naiknya EPS akan berpengaruh pada penghasilan atau profit dan sebagai cerminan kinerja perusahaan.

Capital Adequacy Ratio (CAR), *Return on Investment (ROI)*, dan *Earning Per Share* adalah beberapa metrik yang dapat membantu menentukan apakah bank siap untuk melakukan transisi ke neobanking (EPS). *Capital Adequacy Ratio (CAR)* adalah rasio kinerja yang digunakan untuk mengevaluasi kemampuan bank untuk memiliki modal yang cukup untuk menutupi biaya aset berisiko. Bank yang ingin tumbuh atau berubah menjadi neobank harus memastikan mereka memiliki modal yang cukup untuk melakukannya, karena Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membutuhkan modal awal sebesar Rp3 triliun untuk bank konvensional yang ingin bertransformasi menjadi neobank, dan Rp. 1 triliun modal awal untuk bank-bank yang sudah berkecimpung dalam bisnis perbankan yang ingin bertransformasi menjadi neobanks. Menghitung laba atas investasi (ROI) adalah cara yang berguna untuk mengevaluasi keberhasilan proyek. Laba atas investasi (ROI) Anda dapat ditentukan dengan beralih ke neobank. *Earning per share (EPS)* adalah keuntungan perusahaan yang dialokasikan kepada setiap pemegang saham. Lembaga keuangan dapat melacak pertumbuhan laba tahunan dengan melihat persentase kenaikan pendapatan saham. Saham dapat dijual sebagai modal untuk membeli bank yang lebih kecil, yang kemudian dapat digabungkan menjadi bank yang lebih besar untuk membentuk neobank. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perhitungan yang dilakukan dengan CAR (X1), ROI (X2), dan EPS (X3) sebagai variabel independen dan ROA (Y) sebagai variabel dependen untuk menginformasikan perusahaan (manajemen puncak) dan investor dengan lebih baik tentang kinerja perusahaan.

Dengan menggunakan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mencapai hal-hal sebagai berikut: 1. Untuk mengetahui dampak CAR terhadap ROA pada bank yang ingin dikonversi menjadi neobank. Tujuan kedua adalah untuk menganalisis dampak pengembalian investasi terhadap pengembalian aset di neobanks. Ketiga, kita perlu mempelajari bagaimana EPS mempengaruhi ROA di bank mengingat transisi ke status neobank. Tujuan 4: Meneliti dampak CAR, ROI, dan EPS terhadap ROA untuk calon neobank.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Bank

Menurut (Muchtar & Rahmidani, 2016) “Lembaga keuangan (bank) yang menerima berbagai jenis simpanan (seperti giro, tabungan, dan deposito). Kemudian, mereka yang sementara kekurangan uang dapat mencari pinjaman bank atau jalur kredit. Bank juga terkenal sebagai tempat untuk melakukan penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, pembelian mata uang, pembayaran tagihan, dan transaksi moneter lainnya (seperti untuk listrik, air, telepon, dan pajak).”

Menurut (Putra & Saraswati, 2020) “Lembaga keuangan (bank) bertindak sebagai penyimpan dana nasabah, serta sebagai penyalur kredit dan perantara transaksi keuangan.”

Laporan Keuangan

Menurut (Septiana, 2019) “Jika digabungkan dengan data industri perusahaan dan perekonomian pada umumnya, misalnya, laporan keuangan dapat membantu melukiskan gambaran prospek masa depan perusahaan dan potensi bahayanya.”

Menurut (Kasmir, 2016) “Laporan keuangan dapat digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang hasil periode untuk bisnis. Kesehatan keuangan perusahaan tercermin dalam laporan keuangan pada waktu tertentu atau selama jangka waktu tertentu.”

Menurut (Hery, 2017) “Pengguna laporan keuangan bergantung pada laporan keuangan sebagai sumber informasi saat membuat keputusan ekonomi. Laporan keuangan lebih bermanfaat bagi pembaca jika informasi yang dikandungnya dapat digunakan untuk membuat prediksi tentang masa depan.”

Cashless Society

Menurut (Bátiz-Lazo & Efthymiou, 2016) “Pembayaran tidak memakai uang kertas dimulai saat kartu kredit dan debit digunakan untuk membayar dan meminjam uang yang dibutuhkan waktu hingga 20 tahun”

Menurut (Rubini, 2017) “Teknologi finansial adalah inovasi kuat dalam metode pembayaran sehingga konsumen dapat menikmati fasilitas pembayaran virtual”

Teknologi Bank Digital

(Skinner, 2014) mengatakan bahwa “Teknologi bank digital sudah ada sejak lama seperti; *mobile networking; social technologies; data analytics; unlimited networking and storage and modular computing.*”

Menurut (Schatt, 2014) “Dompet digital adalah sebuah terobosan elemen yang jenius karena selain lebih unggul dari dompet yang biasa dibawa tetapi juga memiliki fungsi digital lainnya.”

Rasio Keuangan

Menurut (Hanafi & Halim, 2016) “Rasio yang berasal dari laporan laba rugi, neraca, atau keduanya dikenal sebagai rasio keuangan.”

Menurut (Wardiyah, 2017) “Kinerja perusahaan dapat dievaluasi dengan bantuan rasio keuangan, yaitu perhitungan rasio berdasarkan laporan keuangan.”

ROA

Return On Asset (ROA) adalah rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja. Kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari operasi bisnis inti adalah apa yang kami maksudkan ketika kami berbicara tentang profitabilitas. Fokus utama evaluasi kinerja perusahaan (analisis fundamental perusahaan) harus pada profitabilitas perusahaan, karena metrik ini tidak hanya mengungkapkan apakah bisnis dapat memenuhi komitmen keuangannya kepada investornya atau tidak, tetapi juga berfungsi sebagai komponen kunci dalam proses membangun nilai perusahaan, (Erari, 2014)

CAR

Biaya risiko (CAR) mengacu pada tingkat bunga di mana lembaga keuangan mengganti biaya untuk memperpanjang kredit kepada peminjam dengan imbalan potensi kerugian. Rasio kecukupan modal (CAR) mengukur seberapa besar penurunan aset bank dapat dibuat untuk total modal bank, (Sudarmawanti & Pramono, 2017)

ROI

ROI merupakan Ukuran profitabilitas investasi perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh rasio laba operasinya terhadap laba operasi rata-ratanya. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kemampuannya untuk menginvestasikan kembali modalnya, (Rachdian & Achadiyah, 2019)

EPS

EPS merupakan indikator seberapa menguntungkan setiap saham secara keseluruhan. EPS yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan bagi investornya, sedangkan EPS yang rendah menunjukkan bahwa investor akan menerima pengembalian investasi yang kecil. Peningkatan laba per saham akan menarik pemegang saham untuk membeli saham bank, (Rahmadewi, 2018)

III. METODE

Penelitian ini mengandalkan pendekatan kuantitatif, termasuk dokumentasi dan kajian literatur berbasis literatur, serta data yang dikumpulkan melalui BEI. Dalam statistik, populasi adalah bagian yang signifikan secara statistik dari kumpulan data yang lebih besar, dan sampel adalah bagian dari ukuran populasi dan karakteristik yang dimilikinya (Sugiyono, 2019). Populasi dari penelitian ini sebanyak 45 perusahaan dan sampel yang diambil adalah 5 perusahaan.

Tabel 1. Sampel Perusahaan

Kode Saham	Nama Bank
AGRO	BRI Agroniaga
BBYB	Bank Neo Commerce
BACA	Bank Capital
BBHI	Bank Harda Internasional
BKSW	Bank QNB Indonesia

Teknik Pengumpulan Data:

Statistik Deskriptif metode sederhana untuk memberi gambaran umum masalah yang diteliti.

Uji Normalitas data ditentukan dengan menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas mengikuti distribusi normal atau tidak; nilai $p > 0,05$ menunjukkan normalitas, sedangkan nilai $p < 0,05$ menunjukkan non-normalitas.

Uji Multikolinearitas memverifikasi apakah dua variabel yang dipertimbangkan berkorelasi atau tidak. Secara umum diterima bahwa tidak adanya korelasi adalah tanda penelitian berkualitas tinggi.

Uji Auto korelasi Lihat apakah ada kesalahan yang mengganggu dalam kerangka waktu sebelumnya.

Uji Heteroskedastisitas periksa bahwa tidak ada kesamaan yang tertinggal di antara pengamatan.

Analisis Regresi Linear Berganda Landasan untuk memahami bagaimana variabel independen mempengaruhi hasil yang bergantung padanya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2) efisiensi model regresi dalam menjelaskan variabel dependen

Uji T Jika nilai H_A lebih besar dari 0,05, maka efek variabel independen pada variabel dependen tidak signifikan secara statistik; Jika H_A kurang dari 0,05, maka efeknya signifikan secara statistik.

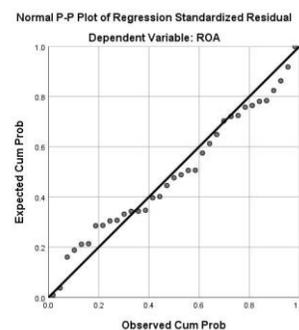
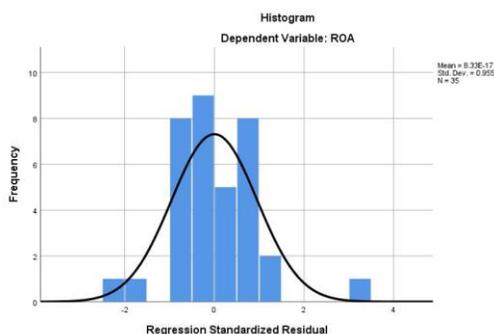
Uji F Jika variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05 H_0 , maka tidak mungkin mereka melakukannya pada tingkat 0,05 H_0 .

IV. HASIL

Statistik Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
					Statistic	Std. Error		
CAR	35	20.11	12.67	32.78	20.6263	.79411	4.69804	22.072
ROI	35	.0708	-.0544	.0164	-.001131	.0026201	.0155008	.000
EPS	35	95.83	-76.00	19.83	-.9180	3.72188	22.01895	484.834
ROA	35	7.59	-5.06	2.53	.1326	.29612	1.75189	3.069
Valid N (listwise)	35							

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30971276
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.093
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Uji Multikolinearitas

Coefficient Correlations^a

Model		EPS	CAR	ROI	
1	Correlations	EPS	1.000	.069	-.827
		CAR	.069	1.000	-.131
		ROI	-.827	-.131	1.000
Covariances	EPS	2.029E-5	3.713E-6	-.024	
	CAR	3.713E-6	.000	-.010	
	ROI	-.024	-.010	41.455	

a. Dependent Variable: ROA

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CAR	.978	1.023
	ROI	.311	3.219
	EPS	.315	3.179

a. Dependent Variable: ROA

Uji Autokorelasi

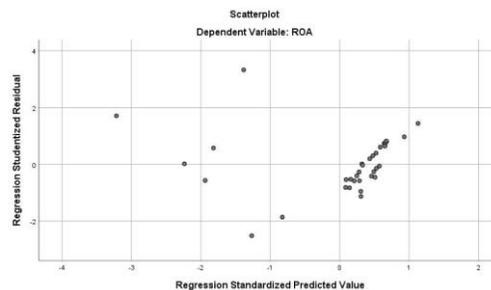
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.984 ^a	.969	.966	.32435	1.901

a. Predictors: (Constant), EPS, CAR, ROI

b. Dependent Variable: ROA

Uji Heteroskedastisitas



Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.091	.254		.724
	CAR	.008	.012	.021	.515
	ROI	97.473	6.439	.862	.000
	EPS	.011	.005	.140	.019

a. Dependent Variable: ROA

Uji Koefisien Determinasi (R²)

(Simultan)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.984 ^a	.969	.966	.32435	1.901

a. Predictors: (Constant), EPS, CAR, ROI

b. Dependent Variable: ROA

(CAR terhadap ROA)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.145 ^a	.021	-.009	1.75932	1.447

a. Predictors: (Constant), CAR

b. Dependent Variable: ROA

(ROI Terhadap ROA)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.981 ^a	.962	.961	.34507	1.794

a. Predictors: (Constant), ROI

b. Dependent Variable: ROA

(EPS terhadap ROA)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.855 ^a	.730	.722	.92315	1.689

a. Predictors: (Constant), EPS

b. Dependent Variable: ROA

Uji T

(CAR terhadap ROA)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		
		B	t	Sig.
1	(Constant)	-.986	-.726	.473
	CAR	.054	.844	.405

a. Dependent Variable: ROA

(ROI terhadap ROA)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		
		B	t	Sig.
1	(Constant)	.258	4.411	.000
	ROI	110.871	29.040	.000

a. Dependent Variable: ROA

(EPS terhadap ROA)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		
		B	t	Sig.
1	(Constant)	.195	1.249	.221
	EPS	.068	9.458	.000

a. Dependent Variable: ROA

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.088	3	33.696	320.290	.000 ^b
	Residual	3.261	31	.105		
	Total	104.349	34			

a. Dependent Variable: ROA

b. Predictors: (Constant), EPS, CAR, ROI

Studi ini menunjukkan seberapa besar pengaruh CAR, ROI, dan EPS terhadap ROA. Adjusted R square memiliki nilai 0,966 dalam pengujian koefisien determinasi. Akibatnya, CAR, ROI, dan EPS menjelaskan 96,6% variasi dalam ROA, sementara variabel lain menyumbang 3,4% sisanya. Setiap variabel independen dan variabel dependen yang sesuai dijelaskan secara lebih mendalam di bawah ini.

1. Pembahasan Pengujian hipotesis CAR terhadap ROA

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik antara CAR dan ROA. Berdasarkan informasi yang diberikan, CAR memiliki tingkat signifikansi 0,515. CAR tidak berpengaruh merugikan terhadap ROA jika nilainya lebih besar dari 0,05, karena nilai koefisien 0,008 menunjukkan H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil ROA dipengaruhi oleh perubahan nilai CAR. Nilai signifikansi

parsial sebesar 0,405 yang jauh lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel CAR berpengaruh signifikan terhadap ROA. Hal ini didukung oleh hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung untuk variabel CAR sebesar 0,844 dan nilai t tabel sebesar 2,030. Artinya nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel atau t hitung < t tabel untuk variabel CAR.

2. Pembahasan Pengujian hipotesis ROI terhadap ROA

Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel independen ROI berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ROA. Di atas kita melihat bahwa ROI memiliki tingkat signifikansi 0,000, seperti yang ditunjukkan oleh data. Dengan koefisien 97,473, nilai p di bawah 0,05 menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa ROI memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap ROA. Kebalikannya juga benar; ROI yang lebih tinggi akan menghasilkan ROA yang lebih rendah. Uji-t menunjukkan bahwa variabel ROI memiliki nilai t-hitung sebesar 29,040 dan nilai t-tabel sebesar 2,030, yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ($29.040 > 2.030$) dengan signifikansi parsial nilai 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel ROI berpengaruh signifikan terhadap return on investment.

3. Pembahasan Pengujian hipotesis EPS terhadap ROA

Menggunakan uji-t, kami menemukan bahwa EPS secara signifikan terkait dengan ROA. Berdasarkan informasi yang diberikan, kami dapat menyimpulkan bahwa EPS secara statistik signifikan pada level 0,019. Kita dapat menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan bahwa EPS memiliki efek positif yang sangat signifikan pada ROA karena nilai koefisien 0,011 kurang dari nilai alfa 0,05. EPS yang lebih tinggi menghasilkan ROA yang lebih rendah. Uji t untuk variabel EPS menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel ($9,458 > 2,030$) dengan nilai signifikansi parsial sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel EPS memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA. Uji koefisien determinasi menunjukkan angka 0,722 yang berarti besarnya pengaruh EPS terhadap ROA adalah 72,2% dan sisanya 27,8%.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan berikut didasarkan pada uji statistik yang dilakukan pada sampel 5 perusahaan yang mengalami transformasi digital:

1. Pada variabel pertama (X_1) yaitu CAR, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap (Y) yaitu ROA. Hasil dari analisis menunjukkan t-hitung untuk variabel CAR adalah 0.844 sedangkan nilai t-tabel 2.030 yang menyimpulkan bahwa t-hitung < t-tabel ($0.844 < 2.030$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Pada variabel pertama (X_2) yaitu ROI, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap (Y) yaitu ROA. Hasil dari analisis menunjukkan t-hitung untuk variabel ROI adalah 29.040 sedangkan nilai t-tabel 2.030 yang menyimpulkan bahwa t-hitung > t-tabel ($29.040 > 2.030$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Pada variabel pertama (X_3) yaitu EPS, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap (Y) yaitu ROA. Hasil dari analisis menunjukkan t-hitung untuk variabel EPS adalah 9.458 dan nilai t-tabel 2.030 yang menyimpulkan bahwa t-hitung > t-tabel ($9.458 > 2.030$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima

4. Besar pengaruh variabel CAR terhadap ROA adalah 2.1%, variabel ROI terhadap ROA adalah 96.2%, dan variabel EPS terhadap ROA adalah 72.2%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

5. Hasil penelitian dari uji F menunjukkan CAR (X_1), ROI (X_2), dan EPS (X_3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap ROA (Y) dengan nilai signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05.

DAFTAR PUSTAKA

- Bátiz-Lazo, B., & Efthymiou, L. (2016). The book of payments: Historical and contemporary views on the cashless society. In *The Book of Payments: Historical and Contemporary Views on the Cashless Society*. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-60231-2>
- Erari, A. (2014). Analisis Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, dan Return On Asset Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 5(2), 174–191. <https://doi.org/10.18196/mabis.v5i2.1099>
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2016). *Analisis Laporan Keuangan* (5th ed.). UPP STIM YKPN.
- Hery. (2017). *Analisis laporan keuangan* (Adipramono (ed.)). Grasindo.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan* (Edisi 2). KENCANA.
- Muchtar, B., & Rahmidani, R. (2016). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*. KENCANA.
- Putra, A., & Saraswati, D. (2020). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakad Media Publishing.
- Rachdian, R., & Achadiyah, B. N. (2019). JURNAL NOMINAL / VOLUME VIII NOMOR 2 / TAHUN 2019 PENGARUH BASIC EARNINGS POWER (BEP), MARKET VALUE ADDED (MVA), DAN RETURN ON INVESTMENT (ROI) TERHADAP RETURN SAHAM JURNAL NOMINAL / VOLUME VIII NOMOR 2 / TAHUN 2019 Perusahaan merupakan usaha yang s. *Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, VIII(2), 239–254. <https://www.mendeley.com/catalogue/22e6af45-a219-36f8-97e4-52b260fa124b/>
- Rahmadewi, P. W. (2018). Pengaruh EPS , PER , CR , Dan ROE Terhadap Harga Saham Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia. *Manajem*, 7(4), 2106–2133.

- Rubini, A. (2017). Fintech In A Flash, Financial technology made easy. *CIREN - Open Access Proceedings Journal*, July, 1–67.
- Schatt, D. (2014). *Virtual Banking A Guide to Innovation and Partnering*. Wiley.
- Septiana, A. (2019). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*. Duta Media Publishing.
- Skinner, C. (2014). Digital Bank: Strategies to launch or become a digital bank. In *Marshall Cavendish Business*.
- Sudarmawanti, E., & Pramono, J. (2017). PENGARUH CAR, NPL, BOPO, NIM DAN LDR TERHADAP ROA (Studi kasus pada Bank Perkreditan Rakyat di Salatiga yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2011-2015). *Among Makarti*, 10(1), 1–18.
<https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.143>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Wardiyah, M. L. (2017). *Analisis laporan keuangan*. Pustaka Setia.

Analisis Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Kerja Dan Etika Yang Baik Terhadap Pengembangan Karier Dan Upah Karyawan Pada PT. Sumber Rezeki Fresh

Liset Darmayanti¹⁾, Agus Kusnawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾liset.darmayanti01@gmail.com

²⁾agus.kusnawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:
tingkat Pendidikan,
Pengalaman Kerja,
Etika,
Pengembangan Karir,
Upah

Abstrak

Dilaksanakan penelitian dengan tujuan yakni melakukan analisa pada Tingkat Pendidikan, Pengalaman Kerja dan Etika yang baik Terhadap pengembangan Karier dan upah karyawan pada PT. Sumber Rezeki Fresh. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dimana kuesioner dibagikan secara acak kepada 100 responden dan 10 pertanyaan digunakan sebagai responden survei untuk setiap variabel. dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS 3. 0. Peneliti menganalisa bahwa hipotesis H1 yang menyatakan signifikan antara tingkat pendidikan dengan pengembangan karir dibuktikan dengan koefisien jalur 0. 704 dengan T hitung >12. 43 dan nilai signifikansinya 0. 000 yang dimana hipotesis 1 dapat diterima, hipotesis H2 yang menyatakan signifikan antara pengalaman kerja dengan pengembangan karir dapat dibuktikan dengan koefisien jalur 0. 273 dengan T hitung >2. 480 dan nilai signifikansinya 0. 000 yang dimana hipotesis 2 dapat diterima, hipotesis H3 yang menyatakan tidak adanya hubungan signifikan antara etika dengan pengembangan karir dapat dibuktikan dengan koefisien jalur 0. 042 dengan T >0. 0047 dan nilai signifikansinya 0. 000 yang dimana hipotesis 3 tidak dapat diterima. Jika dilihat secara simultan, keseluruhan variabel secara bersamaan memberi dampak pada pengembangan karir.

I. PENDAHULUAN

Suatu perusahaan sebelum melakukan kegiatan, bagi perusahaan yang berdiri dibidang perdagangan, industri ataupun jasa selalu berusaha dan berkomitmen agar mencapai tujuan yang sudah direncanakan. Pentingnya kemajuan berbagai latihan dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan tidak hanya pada kehebatan mekanis, aset fungsional yang tersedia, kantor atau yayasan, lapisan kepemilikan, tetapi juga pada bagian sumber daya manusia (SDM). Bisnis perlu mempertimbangkan dari faktor sumber daya manusia (SDM), terutama saat kita memasuki era perdagangan bebas dengan lanskap persaingan yang sangat beda. .

Hal ini memberi kekuatan pada setiap organisasi untuk memiliki pilihan untuk bekerja dengan lebih mahir, cepat, dan dapat diandalkan. Tingkat persaingan yang semakin tinggi akan mendorong setiap bisnis untuk menjamin kelangsungan hidupnya dengan berfokus pada bagian-bagian sumber daya manusia (SDM). Dengan cara ini, orang dapat dianggap sebagai variabel penentu karena orang dapat menyelesaikan semua perkembangan untuk mencapai tujuan organisasi.

Setiap perusahaan secara positif mengantisipasi bahwa perwakilan harus benar-benar bekerja dengan sumber daya manusia yang mampu dan dapat diandalkan. Salah satu variabel yang mempengaruhi derajat hasil suatu asosiasi adalah presentasi perwakilannya. Berbagai masalah mempengaruhi pelaksanaan perwakilan dan cukup sulit bagi organisasi dalam aset manusia dengan alasan bahwa hasil dari suatu organisasi didasarkan pada sifat sumber daya manusia.

Para pelaku bisnis selalu dituntut untuk selalu memperbaiki diri dan meningkatkan kualitas kinerja untuk mempertahankan operasional bisnisnya dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat. Karyawan, sebagai aset sumber daya manusia, merupakan penentu utama keberhasilan sebuah perusahaan.

Pengalaman kerja adalah pembelajaran, peningkatan informasi dan tentang apa yang telah diselesaikan dan dicapai sebelumnya. Pada titik ketika perwakilan dianggap siap untuk berfungsi dengan baik atau tidak berdasarkan pengalaman mereka. Namun ada kalanya seseorang dengan pengalaman kerja yang baik lupa tentang sopan santun dan kinerjanya, yang juga dapat mempengaruhi sikapnya.

Tidak hanya pengalaman kerja tetapi tingkat pendidikan adalah salah satu elemen pendukung bagi seorang individu untuk mendapatkan posisi yang diinginkan dalam kaitannya dengan pendidikannya, misalnya seseorang ingin bekerja di rumah sakit, orang tersebut harus memiliki minimal gelar sarjana atau lebih tinggi seperti jurusan farmasi, kebidanan atau kedokteran. Maka dari itu, pendidikan dapat berpengaruh besar terhadap kinerja pegawai. Pendidikan secara umum dipahami sebagai cara individu untuk mengembangkan kepribadian sesuai dengan nilai-nilai sosial dan budaya, upaya orang lain atau sekelompok orang untuk menjadi cukup dewasa atau mencapai standar hidup atau tujuan kemandirian mental lebih tinggi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Tingkat Pendidikan

Menurut Fiptar Abdi (Alam, 2020) mengatakan bahwa:

Tingkat pendidikan dapat dimaknai dengan tahapan pendidikan yang dilaksanakan peserta didik guna agar jasmani dan rohaninya mengalami perkembangan atau berubah proses berfikirnya baik secara intelektual maupun emosional. Menurut Andrew E. Sikula dalam (Maha, 2021) mengatakan bahwa:

Pendidikan merupakan kegiatan yang dilakukan dalam jangka waktu yang panjang dengan prosedur yang tersistem yang terorganisir yang aman dalam prosesnya terdapat pembelajaran secara konseptual serta teoritis guna tujuan umum.

Azyumardi Azra mengatakan bahwa:

Tingkat pendidikan yakni sebuah kegiatan yang dilaksanakan guna dapat mendorong agar kemampuannya berkembang, sikap, serta bentuk tingkah laku, baik bagi kehidupan di masa sekarang dan persiapan bagi kehidupan di masa mendatang.

Pengalaman Kerja

Menurut Sastrohadiwiry (S & Soegoto Agus supandi, 2017):

Pengalaman kerja ialah sebuah faktor yang cukup penting dalam sebuah perusahaan. Karyawan dengan pengalaman kerja yang mumpuni cenderung lebih gampang untuk adaptasi dengan pekerjaan yang diberikan.

Menurut Wariati (2018) mengatakan bahwa:

“Pengalaman kerja yakni sebuah pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan dari pegawai dalam mengemban tanggung jawab dari pekerjaan yang sebelumnya.

Sedangkan menurut Marwansyah (2019: 135) dalam (Ratu et al., 2020) mengatakan bahwa:

“Pengalaman kerja yakni sebuah pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan dari seseorang untuk menopang beban tanggung jawab dari pekerjaan sebelumnya.

Etika

Menurut Zakky (2020: 02) mengatakan bahwa:

Etika yakni berbagai hal yang memiliki nilai serta kualitas, adanya konsep benar dan salah, baik dan buruk, serta tanggung jawab dan berbagai hal lainnya

Ardianingsih (2018:30) mengatakan bahwa:

“Etika yakni cerminan secara kritis dan logis berkenaan dengan nilai serta norma yang dipergunakan agar diri terkendali.”

Pengembangan Karir

Menurut (Wiliandari, 2019) mengatakan bahwa:

Pengembangan karir yakni sebuah situasi yang mencerminkan adanya status yang meningkat dalam sebuah perusahaan pada jenjang karir yang telah ditetapkan pada sebuah perusahaan.

Menurut Busro (2018) mengatakan bahwa:

Pengembangan Karir yakni sebuah usaha yang dilakukakan oleh tiap karyawan atau perusahaan guna agar diri mereka terpacu untuk melakukan hal yang optimal dalam meningkatkan keterampilan atau kemampuan dalam menjalankan tugas dan fungsi perusahaan.

Mangkunegara (2019, 77) mengatakan bahwa :

“Seluruh kegiatan kepegawaian yang mengandung perencanaan karir di masa datang dari seorang pegawai”.

III. METODE

Dipergunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Dilaksanakan penelitian pada PT Sumber Rezeki Fresh. Dipergunakan jenis data Primer dan Sekunder dengan populasi dan sampel yakni konsumen traveloka, ditetapkan sampel sebanyak 100 orang karyawan PT Sumber Rezeki Fresh yang ditetapkan berdasarkan metode simple random sampling. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yakni kuesioner, observasi, dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data penelitian ini yakni Struktural Equation model menggunakan bantuan alat PLS 3.0

IV. HASIL

1. Pengujian Parsial

Tabel 1 Path Coefficien, t-hitung dan Hipotesis Parsial

Hubungan	Koefisien Jalur	t-hitung	Signifikansi	Kesimpulan
ALL SAMPLES				
Etika → pengembangan karir	0.042	0.447	0.655	H1 ditolak
Tingkat Pendidikan → pengembangan karir	0.704	12.43	0.000	H2 diterima
Pengalaman kerja → pengembangan karir	0.273	2.480	0.013	H2 diterima

Sumber: hasil olah data (2022)

Dari tabel tersebut ditemukan hasil bahwa etika tidak memberikan dampak pada pengembangan karir. Sementara tingkat pendidikan serta pengalaman kerja memiliki dampak pada pengembangan karir.

2. Evaluasi Outer Model

Dari model persamaan diatas, akan digunakan 1 model permodelan sampel yaitu seluruh sampel uji. Pada evaluasi ini akan digunakan untuk mengukur *loading factor*, validitas dan reliabilitasnya.

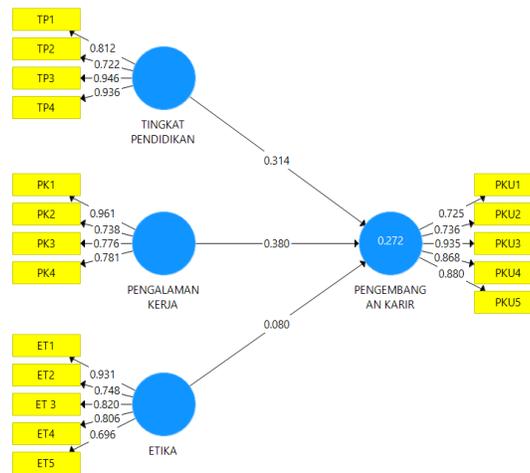
- **Loading factor**

Tabel 2 Loading factor

	ETIKA	PENGALAMAN KERJA	PENGEMBANGAN KARIR
ET3	0.824		
ET2	0.928		
ET1	0.750		
ET4	0.810		
ET5	0.699		

PK1	0. 940
PK2	0. 737
PK3	0. 816
PK4	0. 823
PK5	0. 860
PKU1	0. 720
PKU2	0. 732
PKU3	0. 935
PKU4	0. 871
PKU5	0. 883

Sumber : Hasil olah data (2022)



Gambar 1 Model PengaruhTingkat Pendidikan, pengalaman kerja dan etika terhadap pengembangan karir

Sumber : Hasil olah data (2022)

Dari uji yang telah dilakukan diperoleh bahwa seluruh variabel memiliki hasil > 0.7 sehingga dinyatakan bahwa seluruh indikator telah memenuhi syarat validitas.

▪ **Convergent validity**

Selain menggunakan kriteria *loading factor*, pengujian validitas model juga melihat hasil dari nilai validitas konvergen dengan menggunakan nilai AVE yang diperoleh dari *output* SmartPls seperti pada tabel 3 berikut,

Tabel 3 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	AVE
	ALL SAMPLES
Tingkat Pendidikan	0. 647
Pengalaman kerja	0. 671
Etika	0. 738
Pengembangan Karir	0. 694

Sumber : Hasil olah data (2022)

Tabel 3 Nilai AVE

	Cronbach alpha	Rho alpha	composite reliability	average variance
ETIKA	0. 900	1. 561	0. 901	0. 647
PENGALAMAN KERJA	0. 886	2. 132	0. 89	0. 671

PENGEMBANGAN KARIR	0. 888	0. 912	0. 918	0. 694
TINGKAT PENDIDIKAN	0. 882	0. 928	0. 917	0. 738

Sumber : Hasil olah data (2022)

Daru tabel tersebut diperoleh bahwa seluruh sampel memiliki nilai > 0.5 sehingga dapat ditetapkan kesimpulan bahwa seluruhnya dinyatakan baik.

▪ *Discriminant validity*

Tabel 4 Nilai Kriteria Fornell-Locker

	ALL SAMPLES			
	Jam kerja	kinerja	Pengaruh	Stress
Tingkat Pendidikan	0. 804			
Pengalaman kerja	0. 236	0. 819		
Etika	0. 143	0. 607	0. 833	
Pengembangan karir	0. 324	0. 860	0. 669	0. 859

*) nilai pada arah diagonal dengan huruf tebal merupakan nilai akar AVE

Sumber : Hasil olah data (2022)

Tabel 5 Discriminat validity

	ETIKA	PENGALAMAN KERJA	PENGEMBANGAN KARIR	TINGKAT PENDIDIKAN
ETIKA	0. 804			
PENGALAMAN KERJA	0. 236	0. 819		
PENGEMBANGAN KARIR	0. 143	0. 416	0. 833	
TINGKAT PENDIDIKAN	-0. 085	0. 054	0. 327	0. 859

Sumber : Hasil olah data (2022)

Dari tabel yang telah dipaparkan disimpulkan bahwa keseluruhan konstruk memiliki nilai ukur AVE yang lebih tinggi dari korelasi tertingginya sehingga dinyatakan memenuhi validitas diskriminan.

▪ *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha*

Tabel 6 Nilai Hasil Uji Reliabilitas dan Cronbach's Alpha

	ALL SAMPLES	
	CR	CA
Tingkat Pendidikan	0. 882	0. 984
Pengalaman Kerjkerja	0. 649	0. 841
Etika	0. 849	0. 872
Pengembangan karir	0. 857	0. 923

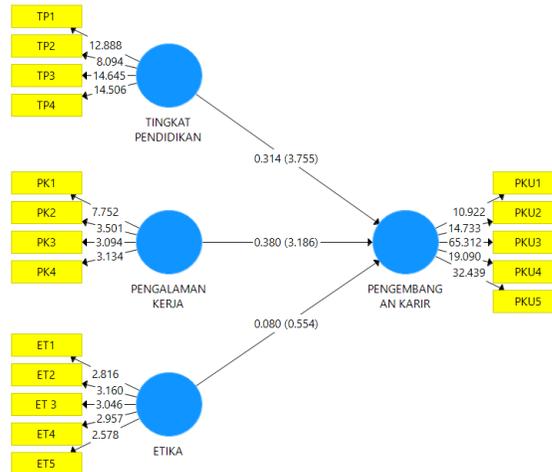
*) CR :Composite Reliability, CA : Cronbach's Alpha

Sumber : Hasil olah data (2022)

Dari tabel tersebut diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai Composite Reability lebih dari 0.7 dengan nilai Cronbachs alpha yang lebih dari 0.6 sehingga ditetapkan kesimpulan bahwa seluruhnya memiliki reliabilitas yang baik.

3. Evaluasi Inner Model

a. Persamaan model pengukuran seluruh wilayah sampel uji



Gambar 2 Model Standardized Pengukuran untuk seluruh sampel uji
 Sumber : Hasil olah data (2022)

Dari gambar tersebut dapat ditetapkan persamaan berikut:

Pengembangan karir = 0. 704 tingkat pendidikan + 0. 273 pengalaman kerja + 0. 042 etika, $R^2 = 0.774$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat ditetapkan kesimpulan bahwa tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan etika memiliki dampak sebesar 77. 4 % pada pengembangan karir. Sementara sisanya sebesar 22. 6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

b. Uji Hipotesa Simultan (Uji F)

Tabel 7 F tabel Uji Hipotesa Simultan

74	3. 97	3. 12	2. 73	2. 50	2. 34	2. 22	2. 14	2. 07	2. 01	1. 96	1. 92	1. 89	1. 85	1. 83	1. 80
75	3. 97	3. 12	2. 73	2. 49	2. 34	2. 22	2. 13	2. 06	2. 01	1. 96	1. 92	1. 88	1. 85	1. 83	1. 80
76	3. 97	3. 12	2. 72	2. 49	2. 33	2. 22	2. 13	2. 06	2. 01	1. 96	1. 92	1. 88	1. 85	1. 82	1. 80
77	3. 97	3. 11	2. 72	2. 49	2. 33	2. 22	2. 13	2. 06	2. 00	1. 96	1. 92	1. 88	1. 85	1. 82	1. 80
78	3. 96	3. 11	2. 72	2. 49	2. 33	2. 22	2. 13	2. 06	2. 00	1. 95	1. 91	1. 88	1. 85	1. 82	1. 80
79	3. 96	3. 11	2. 72	2. 49	2. 33	2. 22	2. 13	2. 06	2. 00	1. 95	1. 91	1. 88	1. 85	1. 82	1. 79
80	3. 96	3. 11	2. 72	2. 49	2. 33	2. 21	2. 13	2. 06	2. 00	1. 95	1. 91	1. 88	1. 84	1. 82	1. 79
81	3. 96	3. 11	2. 72	2. 48	2. 33	2. 21	2. 12	2. 05	2. 00	1. 95	1. 91	1. 87	1. 84	1. 82	1. 79
82	3. 96	3. 11	2. 72	2. 48	2. 33	2. 21	2. 12	2. 05	2. 00	1. 95	1. 91	1. 87	1. 84	1. 81	1. 79
83	3. 96	3. 11	2. 71	2. 48	2. 32	2. 21	2. 12	2. 05	1. 99	1. 95	1. 91	1. 87	1. 84	1. 81	1. 79

Sumber: hasil olah data (2022)

Dari rumus yang telah dipaparkan tersebut maka dapat ditetapkan tabel berikut:

Tabel 8 Hipotesis Simultan Model Pengujian

Hubungan	F hitung	F tabel	Kesimpulan
ALL SAMPLES			
Tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan Etika → Pengembangan karir	79.958	2.72	H4 diterima

Sumber: hasil olah data (2022)

Berdasarkan table diatas, maka hipotesisnya dapat disusun dengan kesimpulan bahwa, secara simultan atau bersama-sama, variabel tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan etika terbukti berdampak pada pengembangan karir.

4. Pembahasan

a. Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Pengembangan Karir Karyawan pada PT. Sumber Rezeki Fresh

Berdasarkan hasil uji yang dilaksanakan menyatakan terdapat dampak yang diberikan tingkat pendidikan pada pengembangan karir. Sebagaimana temuan oleh Puryanto (2019) menghasilkan temuan adanya pengaruh yang signifikan dari tingkat Pendidikan terhadap pengembangan karir karyawan pada saat kerja. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya Pendidikan seorang karyawan dapat membuat jenjang karir yang karyawan itu dapat akan semakin cepat naik. Tingkat Pendidikan yang paling tinggi loading faktornya adalah jenjang Pendidikan dengan angka loading faktornya sebesar 0.946.

b. Pengaruh Pengalaman Kerja terhadap Pengembangan Karir Karyawan pada PT. Sumber Rezeki Fresh

Berdasarkan hasil uji yang dilaksanakan menyatakan terdapat dampak pengalaman kerja dengan pengembangan karir. Sebagaimana pernyataan Puryanto (2019) menghasilkan temuan adanya pengaruh yang signifikan dari pengalaman kerja terhadap pengembangan karir karyawan pada saat kerja.

Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman kerja seorang karyawan dapat membuat jenjang karir yang karyawan itu dapat akan semakin cepat naik. Tingkat Pendidikan yang paling tinggi loading faktornya adalah jenjang Pendidikan dengan angka loading faktornya sebesar 0.946.

c. Pengaruh Etika terhadap Pengembangan Karir Karyawan pada PT. Sumber Rezeki Fresh

Berdasarkan hasil uji yang dilaksanakan menyatakan tidak terdapat dampak yang diberikan etika pada pengembangan karir. Hal ini menunjukkan bahwa etika seorang karyawan tanpa didukung oleh pengalaman kerja dan Pendidikan seorang karyawan tidak dapat membuat jenjang karir yang karyawan itu dapat akan semakin cepat naik. Tingkat Pendidikan yang paling tinggi loading faktornya adalah jenjang Pendidikan dengan angka loading faktornya sebesar 0.946.

V. KESIMPULAN

Ada beberapa faktor yang berkontribusi terhadap kemajuan karir di dunia kerja. Yaitu, faktor-faktor yang ada kaitannya dengan organisasi dan pekerjaan, dan faktor-faktor yang berkaitan dengan aspek-aspek lain dari kehidupan Karyawan. Angket terbuka ini akan lebih difokuskan pada pertanyaan dan isian mengenai latar belakang personal responden yang sekurangnya terdiri dari : Nama Lengkap, Alamat, Jabatan dan Instansi Unit Kerjanya Umur serta data pribadi lainnya Tingkat Pendidikan dan Serifikasi Keahlian yang dimilikinya Pengalaman kerja/riwayat profesi Pendapat pribadinya mengenai proses kerja. Pendapat pribadi mengenai tingkat Pendidikan dan pengalaman kerja Pemahaman dan kedalaman informasi mengenai factor bekerja yang dapat membuat pengembangan karir kerja. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada model interaksi untuk seluruh data sampel, dapat diketahui bahwa:

1. Hipotesis H1 yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara tingkat Pendidikan dengan karir pada saat kerja dapat dibuktikan.
2. Hipotesis H2 yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara pengalaman kerja dengan karir pada saat kerja dapat dibuktikan.
3. Hipotesis H3 yang menyatakan tidak adanya hubungan signifikan antara etika dengan karir pada saat kerja dapat dibuktikan.
4. Hipotesis secara parsial yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara tingkat Pendidikan, pengalaman kerja dan etika dengan karir pada saat kerja dapat dibuktikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, F. A. (2020). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Perhatian Orang Tua Terhadap Kedisiplinan Belajar Siswa Di Smp Negeri 3 Barru. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 7(1), 1–11. <https://jurnal.stkipmb.ac.id/index.php/bkmb/article/view/48>
- Anatasia, Azzahra, A. , Khoirun Nisa, D. , & Nuarista Cendany, N. (2022). Tantangan Pembelajaran Sekolah Dasarpadamasa Pandemi Sdit Asdu. *ARZUSIN:Jurnal Manajemen Dan PendidikanDasar*, 2(1), 119–129.
- Dewi, Sari, A. M. S. (2021). Pengaruh Disiplin, Etika Kerja Dan Lingkungan Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Sentosa Prima Utama. *Scientia Journal*, 3(2).
- I Gusti Agung. (2016). Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dinamika DotCom*, 7(2), 121–130.
- Buku Manajemen Sumber Daya Manusia 2018 Hal. 5 penulis Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hernawan, Andy
- Maha, J. A. N. (2021). *PEMERINTAH KABUPATEN KERINCI*. 3(12), 18–36.
- Nurgiansah, T. H. (2020). *bab 1 Buku Filsafat Pendidikan*.
- Patel. (2019). Putri, N. R. , & Ratnasari, S. L. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pelatihan, Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Asuransi Takaful Batam. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS*, 7(1), 48–55. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i1.1083>
- Ratu, R. , Koleangan, R. A. M. , & Kojo, C. (2020). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Lemong Di Manado. *Jurnal EMBA:Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 454.
- RI No. 43 20Permenkes19. (2019). No Title
- S, R. R. , & Soegoto Agus supandi. (2017). Pengaruh Pengalaman Kerja, Kompetensi, Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt. Hasjrat Abadi Tendean Manado). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(3), 323.
- Sri Puji Astuti, W. R. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dinamika DotCom*, 9(1), 1–8. <http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.523>
- Wiliandari, Y. (2019). Kepuasan Kerja Karyawan. *Society*, 6(2), 81–95. <https://doi.org/10.20414/society.v6i2.1475>
- Wilson, B. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia In Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Edisi Revisi Jakarta:Bumi Aksara*.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2021)

Tata Suwanta¹⁾, Etty Herijawati²⁾

Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾tata.suwanta.ts@gmail.com

²⁾etty.herijawati@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Profitabilitas
Likuiditas
Leverage
tax avoidance

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh profitabilitas likuiditas dan *leverage* terhadap *tax avoidance*. Pengukuran *tax avoidance* dalam penelitian ini menggunakan *cash effective tax rate (CETR)*. Variabel independen yaitu profitabilitas diprosikan dengan *return on assets (ROA)* likuiditas diprosikan dengan *current asset (CR)* dan *leverage* diprosikan dengan *debt to total assets (DAR)*.

Sampel yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Sampel ini diambil dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 13 perusahaan selama periode pengamatan 4 tahun. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*, likuiditas berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance* sedangkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *tax avoidance*. Variable Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* secara bersama sama (simultan) berpengaruh terhadap *Tax Avoidance*.

I. PENDAHULUAN

Dalam pelaksanaan dan memajukan pembangunan yang ada ditingkat nasional yang mempunyai tujuan mendorong pembangunan nasional, memberikan kesejahteraan warga, pajak mejadi pendanaan yang paling besar dalam negara. Membangun infrastruktur dan meningkatkan taraf hidup masyarakat merupakan tanggung jawab utama negara. Penghindaran pajak adalah praktik umum di kalangan bisnis Indonesia, meskipun faktanya penerimaan pajak menyumbang 85,4% dari total pendapatan negara, bila disandingkan pada 14,5% untuk PNB dan 0,1 persen guna hibah di tahun 2018. ([www.kemenkeu .go.id](http://www.kemenkeu.go.id)). Pengampunan pajak merupakan cara pemerintah untuk memaksimalkan pemungutan pajak, dan dilaksanakan sebagai bagian dari strategi ini. Sudah diketahui umum bahwa bisnis ingin membayar pajak sesedikit mungkin, itulah sebabnya beban pajak menjadi kekhawatiran utama. Membayar pajak, menyeter pajak, dan melaporkan pajak hanyalah sebagian dari tanggung jawab yang dimiliki semua penduduk. Pajak penghasilan merupakan kewajiban hukum bagi warga negara untuk membayar sebagian dari penghasilannya kepada pemerintah. Pemerintah memiliki kewenangan untuk memaksa rakyatnya membayar pajak kepada pemerintah. Pajak merupakan bagian vital pada tatanan hidup bernegara, terutama pada upaya pembangunan, sebab menjadi dana pengeluaran negara, khususnya pada pembangunan di negara. Penghindaran pajak, di sisi lain, mengacu pada upaya untuk membuat rendah pajak yang harus dibayar oleh masyarakat umum (penghindaran pajak).

Peristiwa menghindari pajak di negara kita terjadi karena perbedaan persepsi antara masyarakat dan Negara. Bagi Negara, pemungutan pajak dari masyarakat merupakan pemasukan Negara untuk tujuan pembangunan. Sedangkan masyarakat keberatan atas pemungutan pajak yang beranggapan bahwa pajak merupakan beban yang mengurangi atau memotong penghasilan yang telah di dapat masyarakat. Semakin besar penghasilan masyarakat maka pajak pemotongannya juga berjumlah besar. Atas hal ini yang menimbulkan masyarakat

berperilaku curang untuk melakukan penghindaran pajak. Hal ini menunjukkan terdapat kegiatan penghindaraan pajak yang besar dengan konsekuensi penurunan penerimaan pajak. “Fenomena Kasus PT Indofood Sukses Makmur Tbk Kasus pajak ini menyangkut penghindaran pajak sebesar Rp 1,3 miliar yang merupakan poin utama dari kasus pertama karena PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memperluas bisnisnya dengan mendirikan perusahaan baru dan mengalihkan aset, kewajiban dan bisnis divisi mie (pabrik mie instan dan bambu) kepada PT. Indofood CBP Sukses Mak Mah. pt. Indofood melakukan ekspansi bisnis untuk menghindari pajak, namun dengan ekspansi tersebut, Departemen Umum Pajak memutuskan PT. Makanan India masih harus membayar pajak 1,3 miliar.”

Kasus penggelapan pajak Indonesia yang melibatkan PT Cola Indonesia (PT CCI), sebuah perusahaan barang konsumsi di sektor makanan dan minuman yang diduga dikenai pajak dari tahun 2002 hingga 2006. Karena pajak, 50.000 rubel pajak tidak dibayar. 49,24 miliar Dengan demikian, penghasilan kena pajak berkurang karena beban biaya tinggi, dan sektor perpajakan menyusut. “Total biaya minuman iklan adalah 1.000.000 rubel. 566,84 miliar Akibatnya, penghasilan kena pajak berkurang. Menurut DJP, total penghasilan kena pajak PT CCI selama periode ini adalah Rs. 603,48 miliar, dan perhitungan PT CCI hanya Rs. 49,259 miliar Berdasarkan selisih tersebut, DJP menghitung kurang bayar pajak penghasilan PT CCI (pph) sebesar Rs. Untuk 49,24 miliar DJP, biaya ini sangat dipertanyakan dan memaksa produsen untuk menggeser harga untuk meminimalkan pajak.”

II. TINJAUAN PUSTAKA

Penghindaran Pajak (tax avoidance)

Menurut komite *fiscal OECD* dalam (*Tandean, 2016*) ada 3 macam jenis menghindari pajak, yakni :

1. Karena tidak terdapat unsur pajak, maka ada unsur organisasi artifisial yang di dalamnya tampak banyak peraturan yang terkandung di dalamnya padahal sebenarnya tidak.
2. Memanfaatkan ketentuan hukum dengan cara yang tidak sesuai dengan maksud yang dimaksudkan atau memanfaatkan celah hukum untuk keuntungan mereka.
3. Kerahasiaan terjaga. Sebagai aturan umum, ahli pajak perusahaan menjelaskan bagaimana menghindari pajak dengan syarat wajib pajak menjaga kerahasiaan sebanyak mungkin.

Karena kenyataan bahwa sebagian besar perilaku yang terkait dengan transaksi secara teoritis legal dan bahwa transaksi penghindaran pajak sering diputuskan secara ilegal, penghindaran hukum dan penghindaran kriminal tidak dapat dipisahkan. Selain itu, menetapkan apakah suatu transaksi diizinkan atau tidak merupakan sumber ambiguitas.

Seperti yang diungkapkan oleh (*Luh & Puspita, 2017*) bermacam metode perusahaan saat menghindari pajak, yakni :

1. “Untuk menurunkan keuntungan bersih perusahaan dan jumlah pajak yang harus dibayar, laba dari operasi operasional dilaporkan sebagai capital gain.
2. Cara kedua untuk mengurangi beban pajak perusahaan adalah dengan memperlakukan belanja modal sebagai beban operasional dan memperhitungkannya dalam laba bersih.
3. Mengurangi laba bersih dengan membebaskan pengeluaran pribadi sebagai pengeluaran perusahaan.
4. Mengeluarkan depresiasi output yang berlebihan di bawah nilai penutupan peralatan, sehingga menurunkan laba kena pajak.
5. Mengurangi laba kena pajak dengan mencatat pembuangan bahan baku yang berlebihan dalam bisnis manufaktur.”

Profitabilitas

Abdul Halim (2018: 73) berpendapat pada buku Akuntansi Keuangan Daerah menjelaskan :

“Profitabilitas adalah hasil operasi yang digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar efektifitas manajemen dalam mengelola aset dan modal yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba”.

Menurut Warren (2017:219) pada buku yang berjudul *Principle of Accounting Adaption* menjelaskan :

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”.

Profitabilitas perusahaan dapat diketahui sebagai hasil akhir dari semua kebijakan keuangan dan tindakan operasional dalam buku *Fundamentals of Financial Management* oleh Brigham dan Houston (2010) dalam (Jeklin, 2016). Ini dapat digunakan dalam pengukuran potensi perusahaan untuk menciptakan keuntungan pada tingkat pendapatan, aset, dan modal saham tertentu pada waktu tertentu. Lain halnya, profitabilitas dapat berfungsi sebagai ukuran potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, serta ukuran seberapa baik manajemen perusahaan mengelola asetnya.

Likuiditas

Kapasitas perusahaan untuk memenuhi komitmen keuangannya, serta kesehatan keuangannya secara keseluruhan. Analisis rasio keuangan, yang mencakup rasio likuiditas, adalah metode yang paling umum untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan. Ketika likuiditas perusahaan tinggi, kinerjanya terlihat membaik. Sebaliknya, jika likuiditas perusahaan tidak mencukupi, kinerjanya akan terlihat kurang lancar. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi lebih mampu memperoleh bantuan dari berbagai pihak, termasuk lembaga keuangan dan kreditur, serta pemasok bahan baku..

Leverage

Korporasi dapat memanfaatkan sejumlah sumber keuangan yang berbeda untuk menjaga operasinya tetap berjalan. Pinjaman dan uang tunai sendiri adalah dua pilihan untuk mendapatkan pendanaan. Pilihan antara menggunakan uang sendiri dan meminjam uang membutuhkan pertimbangan yang cermat. Rasio leverage digunakan untuk menentukan seberapa besar aset perusahaan dibayar oleh hutang. Artinya, jumlah hutang yang diambil perusahaan untuk mendanai operasinya dikontraskan dengan jumlah uang tunai yang telah diinvestasikan perusahaan itu sendiri. Kami dapat menggunakan rasio leverage untuk membandingkan kedua rasio dengan benar (Kasmir, 2013:113).

III. METODE

Data sekunder menjadi macam data yang dipakai pada riset ini. Sugiyono (2018). menyatakan bahwa: “Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen yang diperoleh dengan membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari litelatur, buku-buku serta dokumen perusahaan”

Bisnis otomotif dan manufaktur yang tercatat pada BEI (2018-2020) digunakan sebagai sumber data pada riset ini. Data penelitian diperoleh dari website resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

Daftar Kriteria Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan yang berjalan dalam bagian makanan dan minuman yang tercatat di BEI (2018-2022)	28
2.	Perusahaan yang tercatat dalam website www.idx.co.id	(9)
3.	Perusahaan yang tergolong rugi	(6)
4.	Perusahaan yang mengalami outlier	(0)
Total sampel penelitian		13
Jumlah data observasi (4 tahun)		52

Teknik Pengumpulan Data

Data sekunder digunakan pada riset ini. Yang dimaksud dengan "data sekunder" adalah versi data primer yang sudah di kelola, yakni laporan atas keuangan perusahaan manufaktur yang sudah di audit. Ini mencakup laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi komprehensif. Dari www.idx.co.id, situs resmi BEI, data tersebut diambil.

Tinjauan pustaka dan pencatatan adalah metode dalam mencari dan pengumpulan datanya pada riset ini. Dengan mengumpulkan, mendokumentasikan, dan menilai data sekunder yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, dokumentasi tercapai. ' Studi literatur termasuk membaca publikasi ilmiah seperti buku dan jurnal yang dapat dikonsultasikan saat melakukan penelitian.

IV. HASIL

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-70.741	208.835		-.339	.736		
	ROA	-.016	.007	-.143	-2.325	.024	.848	1.179
	CR	3.107	.207	.904	15.023	.000	.892	1.121
	DAR	.186	.358	.033	.520	.605	.790	1.267

a. Dependent Variable: CETR

Pada keterangan tabel tersebut dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda, yaitu :

$$\text{CETR} = -70.741 - 0,016 \text{ ROA} + 3,107 \text{ CR} + 0,186 \text{ DAR} + \epsilon$$

1. Konstanta (α)

Nilai 70,741 menunjukkan bahwa jika variabel ROA CR dan DAR adalah nol, maka variabel penghindaran pajak adalah nilai koefisien 70,741.'

2. Profitabilitas (ROA) terhadap tax avoidance.

Dihitung bahwa ROA sama dengan 0,016. Dengan asumsi semua faktor lain tetap konstan dan profitabilitas meningkat satu unit, kita dapat menyimpulkan bahwa *Tax Avoidance* akan menjadi turun 0,016. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Profitabilitas dengan *Tax Avoidance*. Semakin naik nilai Profitabilitas maka semakin turun nilai *Tax Avoidance*.

3. Likuiditas (CR) terhadap tax avoidance.

Koefisien variasi (CR) adalah 3,107. Dengan kata lain, jika semua variabel lain tetap konstan dan likuiditas naik satu unit, Penghindaran Pajak akan naik sebesar 3,107 persen. Koefisien negatif menunjukkan bahwa Likuiditas dan penghindaran pajak memiliki hubungan negatif. Semakin rendah nilai Penghindaran Pajak, semakin besar Likuiditas.

4. *Leverage* (DAR) terhadap *tax avoidance*.

Dengan kata lain, koefisien DAR adalah 0,186. Dengan demikian memaparkan jika variabel independen lainnya tetap konstan dan leverage dinaikkan satu unit, Penghindaran Pajak akan naik sebesar 0,186. Koefisien positif menunjukkan bahwa leverage dan penghindaran pajak memiliki hubungan yang menguntungkan. Untuk memaksimalkan potensi penghindaran pajak, leverage harus digunakan semaksimal mungkin.

2. Hasil Uji Adjusted (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.919 ^a	.845	.835	225.29442	1.881

a. Predictors: (Constant), DAR, CR, ROA

b. Dependent Variable: CETR

Hasil sebesar 0,835 untuk Adjusted R Square (koefisien determinasi), yang memaparkan varians dalam profitabilitas, likuiditas, dan leverage adalah 83,5 persen dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut; sisanya 16,5 persen memaparkan faktornya tambahan yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Akibatnya, R square mendekati nol menunjukkan bahwa faktor independen (profitabilitas, likuiditas, dan leverage) memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk menjelaskan variabel dependen (Penghindaran Pajak). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen belum bisa mensupport data yang cukup untuk memperkirakan secara akurat bagaimana variabel dependen akan berubah.

3. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-70.741	208.835		-.339	.736		
	ROA	-.016	.007	-.143	-2.325	.024	.848	1.179
	CR	3.107	.207	.904	15.023	.000	.892	1.121

	DAR	.186	.358	.033	.520	.605	.790	1.267
--	-----	------	------	------	------	------	------	-------

a. Dependent Variable: CETR

Belandaskan tabel tersebut, kesimpulannya dari hasil uji hipotesis yaitu :

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap tax avoidance

Penghindaran pajak memiliki korelasi negatif dengan profitabilitas, seperti yang ditunjukkan oleh fakta bahwa ambang batas signifikansi untuk variabel ini (ROA) adalah 0,024 +/-0,05, menurut temuan pengujian. H1 dianggap sebagai fakta, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki dampak negatif yang cukup besar terhadap penghindaran pajak. Ada korelasi langsung antara profitabilitas dan penghindaran pajak.

2. Pengaruh Likuiditas terhadap tax avoidance

Leverage mempunyai yang cukup besar pada penghindaran pajak, menurut hasil pengujian, yang memaparkan bahwa variabel Likuiditas (CR) memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,01 dan positif pada T pool. Likuiditas tampaknya memiliki dampak besar pada penghindaran pajak, yang mendukung hipotesis penelitian (H2). Dengan memakai semakin likuid suatu perusahaan, maka akan bernilai dalam hal penghindaran pajak.

3. Pengaruh Leverage terhadap tax avoidance

DER memiliki tingkat signifikansi 0,0605>0,05, yang memaparkan leverage tidak mempunyai pengaruh substansial terhadap penghindaran pajak, menurut temuan pengujian. H3 dengan demikian ditolak, dan dapat dinyatakan bahwa leverage tidak memiliki dampak yang substansial pada penghindaran pajak. Maka rendah nilai leverage, semakin rendah nilai Penghindaran Pajak.

4. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	13283183.440	3	4427727.812	87.233	.000 ^b
Residual	2436363.546	48	50757.574		
Total	15719546.980	51			

a. Dependent Variable: CETR

b. Predictors: (Constant), DAR, CR, ROA

Karena H0 ditolak dan Ha diterima, bisa diberikan kesimpulan ketiga faktor profitabilitas, likuiditas, dan leverage semuanya berpengaruh terhadap penghindaran pajak ketika dievaluasi dengan CETR. Kesimpulan ini didasarkan pada kenyataan bahwa nilai Sig 0,000 merendahkan dari ambang batas signifikan 0,05.

V. KESIMPULAN

Dari hasil uji hipotesis dan pembahasan yang sudah diuraikan, maka bisa dibuat kesimpulan antara lain :

1. Ditentukan bahwa profitabilitas berdampak pada penghindaran pajak karena dari hasil pengujian variabel ROA yang mempunyai kesignifikasian 0.240.05 dan positif pada pool T yang menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh besar pada penghindaran pajak. Dengan kata lain, jika semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin penting menghindari pajak.
2. Hasil pengujian menjelaskan variabel likuiditas (CR) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 0,05 dan nilai positif pada t pool menjelaskan likuiditas mempunyai dampak yang cukup besar terhadap penghindaran pajak. Sejak H2 diakui, dapat diasumsikan bahwa likuiditas memiliki dampak menguntungkan yang cukup besar pada penghindaran pajak. Hal ini menjelaskan semakin likuid suatu perusahaan, maka semakin bernilai dalam hal menghindari pajak.

3. Likuiditas tidak berdampak pada penghindaran pajak, selaras pada hasil pengujian yang menunjukkan tingkat signifikansi $0,605 > 0,05$ untuk variabel leverage (DER). Dengan demikian kita dapat mengesampingkan hipotesis (H3) bahwa leverage memiliki dampak yang cukup besar dalam menghindari pajak, yang dikemukakan pada penelitian. Bila rendah nilai leverage, semakin rendah nilai Penghindaran Pajak.

Sebagai penutup, kami dapat menyimpulkan bahwa leverage dinilai dengan rasio utang terhadap aset (DAR) dan ukuran perusahaan berdasarkan hasil pengujian simultan (Uji Statistik F). Tarif pajak efektif cqsh adalah cara untuk mengukur dampak likuiditas terhadap penghindaran pajak (CETR). Hipotesis keempat dengan demikian telah dikonfirmasi: penghindaran pajak dipengaruhi oleh margin keuntungan, likuiditas, dan leverage.

Saran

Dengan adanya keterbatasan, maka dapat dibuat saran untuk peneliti kedepannya guna meningkatkan kualitas hasil penelitian dan saran bagi manajemen perusahaan. Saran ini antara lain :

1. Bagi Akademis

Untuk kemajuan teori atau pengetahuan akuntansi, temuan penelitian ini cenderung berdampak pada penghindaran pajak dan elemen yang mendorong penghindaran pajak dalam bisnis. Jika penelitian tambahan diperlukan, temuan penelitian ini dapat berfungsi sebagai panduan.

2. Bagi Manajemen Perusahaan

- a. Riset ini bisa memberi pengetahuan pada manajemen perusahaan sehingga bisa waspada dalam rencana dan memahami risiko yang harus dipertanggungjawabkan apabila adanya keterkaitan dengan penghindaran pajak. Hasil dari penelitian ini, diharapkan perusahaan terutama dibagian manajemen dapat terbantu dalam pengelolaan kinerja keuangannya.
- b. Dari hasil penelitian ini diharapkan perusahaan selalu menginformasikan biaya lingkungan yang dikeluarkan perusahaan, karena berguna bagi para investor dan untuk mematuhi peraturan dari pemerintah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti di masa depan diharapkan untuk melanjutkan atau memperluas pekerjaan ini. Perusahaan yang tercatat di BEI bisa dipelajari oleh para peneliti dari berbagai bidang, tidak hanya manufaktur. Durasi penelitian juga dapat diperpanjang oleh peneliti tambahan, jika perlu. dan menambah serta mengembangkan faktor lainnya yang dijadikan sebagai variabel independen agar dapat diketahui hasil dari pengaruh dari variabel-variabel independen lainnya yaitu Ukuran perusahaan , Sales Growth.

DAFTAR PUSTAKA

- Hutagaon John. 2016. *Perpajakan Edisi Revisi*. Jakarta
- Bradley Siahaan. 2012. Krisnata dan supromono. *Jurnal bisnis*
- Chairil Anwar Pohan. 2013. *Manajemen Perpajakan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Calvin Singly, I Made Sukartha. 2015. *Eksekutif, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Sales Growth Pada Tax Avoidance (Perusahaan Manufaktur I BEI tahun 2011 – 2013)*. *Jurnal*
- Darmidi Hamid. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung : Alfabeta
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 24*. Jakarta
- Hutagaon John. 2016. *Perpajakan Edisi Revisi*. Jakarta
- I Gede Hendy Darmawan. 2014. *Pengaruh Penerapan, CG, Likuiditas, ROA, Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak (Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2010 – 2012)*. *Jurnal*
- I Gusti Cahya Maharani. 2014. *Pengaruh CG, Profitabilitas Dan Karakteristik Eksekutif Pada Tax Avoidance (Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2008 – 2012)*. *Jurnal*
- Lyons Susan M. 2012. *International Tax Glossary*

- Maharani I Gusti Ayu Cahya dan Ketut Ali Suardana. 2014. *Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas dan Karakteristik Eksekutif Tax Avoidance Perusahaan Manufaktur*. E - Jurnal Akuntansi Universitas Udayara ISSN : 2302 – 8556
- Puspita Silvia Ratih dan Puji Harto. 2014. *Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Prnghindaran Pajak*. Jurnal P. fredman. Jack. Tax Planning
- Sumarsan.2012. *Perpajakn Indonesia Edisi 3*.Empat Dua Media. Malang.
- Slitoga P.M. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. FMIPA Unimed. Medan
- Tommy dan Maria. 2013. Jurnal Bisnis
- Theresa Adelina vectoria Surbakti. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Reformasi Perpajakan Terhadap Penghindaran Pajak (Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2008 – 2010)*. Jurnal
- Tommy Kurniasih, Maria M Ratnasari. 2013. *Pengaruh Return On Asset, Likuiditas, CG, Ukuran Perusahaan dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance (Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2007 – 2013)*. Jurnal
- Tjahyoo Achmad dan Husein, Muhammad F. 2013.*Perpajakan Edisi Revisi*. Jakarta
- Waluyo. 2013. *Perpajakan Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta
- www.idx.co.id
- Zain Mohammad. 2013. *Manajemen Perpajakan Edisi 3*. Salemba empat. Jakarta
- Anggraeni, R. D. (2018). Pengaruh Komisaris Independen , Leverage , Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi - V Ol . 10 . N O . 1 (2018) , 1 , 43–58. , 1 , 43–58*.
- Budianti, S., & Curry, K. (2018). Pengaruh Profitabilitas, likuiditas, dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan 4*, Jakarta.
- Dewinta, I., & Setiawan, P. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 14(3)*, 1584–1615.
- Ghozali. (2018). No Title. In *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (p. 490).
- Luh, N., & Puspita, P. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance). *E-Jurnal Akuntansi, 21(2)*, 882–911. <https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i02.p01>
- Mardiasme. (2019). *perpajakan*.
- Nurma Risa, O. (2016). Analisis Perbandingan Penghindaran Pajak Sebelum Dan Sesudah Reformasi Pajak Tahun 2008. *Agustus, 7(2)*,
- Rudi, A. (2017). Analisis Pengaruh Tax Amnesty Terhadap Total Penerimaan Dan Total Pelaporan Pajak (Studi Kasus Pada Kpp Pratama Pangkalpinang). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Bisnis & Keuangan (Jiabk), 13(November)*, 1–12.
- Shofwatun, H., Kosasih, K., & Megawati, L. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas Danrasio Profitabilitas Pada Pt Pos Indonesia (Persero). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi, 13(1)*, 59–74. <https://doi.org/10.22225/kr.13.1.2021.59-74>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Tandean, V. A. (2016). Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Pada Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis, 11(1)*, 54–62. <https://doi.org/10.24843/jiab.2016.v11.i01.p07>
- Wardayani Dan Wahyuni, D. S. (2016). Analisis Return on Asset , Current Ratio dan Debt Ratio dalam Menilai Kinerja Keuangan pada PT . Pelabuhan Indonesia I (Persero) cabang Belawan. *Jurnal Ilman, 4(1)*, 59–73. <file:///C:/Users/ns/Downloads/32-59-1-SM.pdf>
- Warshawsky, M., & Paul, F. W. (1971). the Independent Variable! *Simulation, 16(1)*, 45–46. <https://doi.org/10.1177/003754977101600108>

Yang, M., Di, T., Efek, B., Bei, I., Agustia, D., & Airlangga, U. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Nilai Perusahaan Terhadap Income Smoothing Dan Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 10(2), 195–214. <https://doi.org/10.14710/jaa.v10i2.12137>

Pengaruh Reward, Persaingan Kerja dan Lama Kerja Terhadap Produktivitas Kinerja Karyawan (PT. Surya Teknik Dinamika)

Nando Siloam Sianturi^{1)*}, Yusman²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾nandosiloam95@gmail.com

²⁾ysm1207@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Reward
Persaingan kerja
Lama kerja
Produktivitas kinerja karyawan

Riset ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data untuk riset ini melibatkan meminta 100 subjek untuk mengisi kuesioner dengan menggunakan metode Simple Random Sampling. Data yang digunakan dikumpulkan dari dua sumber. Pertama, riset karyawan di PT. Surya engineering dynamics membagikan kuesioner kepada seluruh karyawan. Mereka memperoleh data primer. Selanjutnya data tersebut diolah menggunakan SPSS versi 26 For Windows. Ketika diuji secara simultan, korelasi antara variabel independen dan dependen sangat kuat berkat nilai R tinggi yang ditemukan dalam rumus untuk R²- R. Nilai pengujian-f 15.809+0,187X1 + 0,185X2+ 0,178 e menjelaskan bahwa positif dan pengaruh signifikan penghargaan dan persaingan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan adalah signifikan. Namun, hasil pengujian R² menunjukkan bahwa peran produktivitas kinerja dalam menjelaskan lama kerja adalah signifikan berkat nilai 0,648 dengan koefisien determinasi 0,419. Selain itu, nilai Adjusted R² sebesar 0,409- menunjukkan bahwa perubahan produktivitas dan persaingan kerja memiliki pengaruh yang sama terhadap kinerja karyawan.

I. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di Indonesia berdampak langsung pada setiap perusahaan yang ada di industri. Manajer bisnis harus mengelola perusahaan dan unit bisnis mereka dengan cara yang meningkatkan kinerja dan mutu produk serta layanan mereka. Perihal ini bisa dicoba dengan mengembangkan pola pikir untuk meninjau semua teknologi terkini dalam bisnis mereka, sehingga mereka dapat terus berinovasi, produktif, kreatif, dan didorong kualitas dalam kegiatan operasional mereka. Tujuan akhirnya adalah agar perusahaan mendapatkan lebih banyak pelanggan, dan menjadi pemimpin pasar untuk produk mereka. Interaksi organisasi dengan lingkungannya, serta niat mereka untuk mengembangkan bisnis mereka, dapat mempengaruhi budaya mereka. Budaya memiliki dampak besar pada kemampuan perusahaan untuk mengubah arah atau strategi mereka, karena budaya yang kuat dapat menolak perubahan karena keinginan untuk konsistensi dalam perilaku. Pendiri sebuah organisasi dengan sengaja meletakkan dasar bagi budaya perusahaan di masa-masa awalnya. Manajer perusahaan tidak dapat menggunakan metode tradisional untuk mengontrol dan merencanakan kegiatan perusahaan mereka. Mereka harus belajar dan menyadari teknik-teknik baru yang dapat memotivasi karyawan dan membantu menciptakan lingkungan kerja yang baik. Perusahaan harus terstruktur dengan cara menyatukan pandangan karyawan dan pemimpin, membantu mencapai tujuan perusahaan dan memaksimalkan kinerja setiap individu pekerja. Sistem penghargaan dan sistem pengukuran kinerja adalah alat penting untuk motivasi di perusahaan, dan membantu perusahaan mengontrol apa yang dilakukan karyawan dan bagaimana kinerjanya. Sistem ini harus diterapkan setelah Budaya Organisasi diterapkan di perusahaan, karena mereka adalah motivator utama perilaku karyawan. Pemimpin sebuah perusahaan harus memiliki koordinasi dan arahan yang baik dalam bekerja dengan bawahannya, agar Budaya Organisasi dapat diterapkan dengan baik di perusahaannya. Pengukuran kinerja dapat

membantu memotivasi kinerja individu, serta memberikan penjelasan tentang tujuan dan standar kinerja. Pengukuran kinerja adalah cara bagi manajemen untuk mendapatkan umpan balik tentang wewenang yang dijalankan oleh bawahannya, yang dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan kinerja. Hubungan antara manajemen atas dan karyawannya dalam berkomunikasi dapat bermanfaat bagi perusahaan. Teori motivasi menjelaskan bahwa semua orang mempunyai keinginan yang berbeda-beda yang bisa mempengaruhi perilakunya. Sistem pengukuran kinerja digunakan di perusahaan untuk menentukan kualitas dan karakteristik kinerja, dan membantu mengidentifikasi area untuk perbaikan. Sistem ini juga dapat digunakan untuk membantu membuat keputusan yang mempengaruhi gaji, promosi, pemutusan hubungan kerja, pelatihan, dan transfer pekerjaan di dalam perusahaan. Manajemen memercayai kalau sistem pengukuran kemampuan itu berarti serta perubahan-perubahan ke arah sistem pengukuran kemampuan yang lebih baik amat dibutuhkan. Manajemen yang mempunyai komitmen afektif besar mengarah mengimplementasikan Sistem Pengukuran Kemampuan serta membuat informasi pertanggungjawaban lebih dari hanya desakan administrasi. Aplikasi Sistem Pengukuran Kemampuan mempengaruhi terhadap kemampuan paling tidak pada tataran keterampilan serta perolehan tujuan (Pratiwi, 2018). Manajer memiliki tanggung jawab untuk menentukan strategi perusahaan, produk apa yang akan diproduksi, dan pasar mana yang akan difokuskan. Setiap perusahaan perlu meningkatkan kinerja para manajernya agar dapat bersaing di pasar karena kinerja tersebut menentukan seberapa efektif perusahaan tersebut. Sistem akuntansi manajemen merupakan indikator kinerja manajer yang baik, dan dapat digunakan untuk menunjukkan peningkatan. Kinerja seorang manajer juga dapat mempengaruhi keberhasilan mereka dalam perusahaan, dan kinerja yang positif dapat menyebabkan promosi. Menurut Lombogia, 2022 menerangkan bahwa Sistem pengukuran kinerja yang ditingkatkan berdampak pada tingkat kinerja kepemimpinan, degradasi sistem pengukuran kinerja, disisi lainakan berdampak pada tingkat kinerja kepemimpinan, sehingga evaluasi dalam sistem pengukuran kinerja dapat memotivasi staf organisasi untuk mencapai tujuan bisnis dan memberikan hasil yang relevan. Kinerja organisasi atau perusahaan secara keseluruhan pada umumnya adalah apa yang dilihat oleh studi riset mengenai pengaruh budaya perusahaan terhadap kinerja. Tidak banyak riset yang melihat bagaimana budaya dapat mempengaruhi kinerja orang-orang di perusahaan, seperti manajer. Penulis ingin melakukan riset pada PT. Surya Teknik Dinamika (PT. STD) di Kota Tangerang. Ini adalah perusahaan jasa yang membiayai sepeda motor baru dan bekas dan menghasilkan keuntungan dengan memberikan layanan mereka kepada masyarakat. Kualitas pelayanan yang diberikan STD akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakan jasanya. Bila jasa baik sehingga kesenangan klien hendak besar, serta bila jasa kurang baik sehingga kebahagiaan klien hendak kecil. kesenangan klien yang besar hendak berakibat positif untuk industri, serta kepuasan pelanggan yang rendah akan berdampak negatif bagi perusahaan. Kualitas pekerjaan yang dilakukan karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika pekerja memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan, kepuasan pelanggan akan lebih tinggi. Jika perhatiannya rendah, kepuasan pelanggan juga akan turun. Tingkat perhatian yang diberikan oleh karyawan tergantung pada bagaimana perusahaan mendorong mereka, dengan berfokus pada peningkatan semua area perusahaan, mengukur kinerja para pekerja, dan memberi penghargaan atas pekerjaan mereka.

Tujuan Riset :

1. Untuk mengetahui pengaruh Reward terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.
2. Untuk mengetahui pengaruh Sistem Persaingan kerja terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sistem Lama kerja terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.
4. Untuk mengetahui pengaruh Reward, Sistem Persaingan kerja, dan Sistem Lama kerja terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Tujuan Riset :

1. Untuk mengetahui pengaruh Reward terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.

2. Untuk mengetahui pengaruh Sistem Persaingan kerja terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.
3. Untuk mengetahui pengaruh Sistem Lama kerja terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.
4. Untuk mengetahui pengaruh Reward, Sistem Persaingan kerja, dan Sistem Lama kerja terhadap Produktivitas kinerja pada PT. Surya Teknik Dinamika.

Reward

Dalam riset Yani, 2021 menjelaskan tujuan pokok dari program apresiasi (Reward) yang diserahkan pada masing-masing orang memiliki alibi serta tujuan spesial. Tujuan diberikannya apresiasi (reward) merupakan: Menarik orang yang mempunyai kualifikasi untuk berasosiasi dengan organisasi. Menjaga pegawai supaya lalu tiba untuk bertugas Memotivasi pegawai untuk menggapai tingkatan kemampuan yang besar.

Persaingan Kerja

Dalam riset yang dicoba oleh Delta serta Paulus (2018:60) Strategi Porter yang menerangkan kalau kelebihan bersaing (competitive advantage) merupakan jantung kemampuan bidang usaha untuk mengalami kompetisi. Kelebihan bersaing dimaksud selaku strategi benefit dari industri yang melaksanakan kerjasama untuk menghasilkan kelebihan bersaing yang lebih efisien dalam pasarnya.

Lama Kerja

Masa kegiatan merupakan suatu kurun durasi ataupun lamanya daya kegiatan itu bertugas di suatu tempat (Tarwaka, 2017). Bagi Febri Rudiansyah. 2018 meningkatkan kalau era kegiatan merupakan lamanya seseorang pegawai mengamalkan tenaganya pada industri khusus serta menciptakan absorpsi dari bermacam kegiatan manusia, dan sanggup meningkatkan keahlian yang timbul dengan cara otomatis dalam aksi yang dicoba pegawai untuk menuntaskan profesinya.

Produktivitas Kinerja Karyawan

Bagi Hasibuan dalam Busro (2018: 340), daya produksi merupakan analogi antara output (hasil) dengan input (masukan). Bila daya produksi naik hendak menaikkan kemampuan (waktu-bahan-tenaga) serta sistem kegiatan, metode penciptaan serta adanya kenaikan keahlian dari daya kerjanya. Bagi Kussrianto dalam Sutrisno (2017: 102), mengemukakan kalau daya produksi merupakan analogi antara hasil yang digapai dengan kedudukan dan daya kegiatan aliansi durasi. Kedudukan dan daya kegiatan disini merupakan pemakaian sumber daya dan efisien serta efisien.

III. METODE

Riset ini memiliki tujuan untuk menjelaskan metode apa yang akan digunakan saat mendapatkan data untuk menemukan bagaimana pengaruh Reward, Persaingan kerja dan Lama Kegiatan terhadap Daya produksi Kemampuan Pegawai Pendekatan yang dipakai ialah pendekatan kuantitatif dengan riset deskriptif.

Populasi

Jadi populasi bukan cuma orang, namun pula obyek serta barang– barang alam yang lain. Populasi bukan cuma jumlah obyek ataupun subyek, namun mencakup semua karakter dipunyai oleh obyek ataupun subyek itu. (Geraika & Darmanah, 2019:48). Populasi padalaporan ini ialah PT. surya teknik dinamika dengan jumlah karyawan 347 orang dan yang didapatkan hasil responden 100 orang.

Sampel

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda – benda alam yang lain. Populasi bukan hanya jumlah obyek atau subyek, tetapi meliputi seluruh karakteristik dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut. (Geraika & Darmanah, 2019:48). Populasi padalaporan ini ialah PT. surya teknik dinamika dengan jumlah karyawan 347 orang dan yang didapatkan hasil responden 100 orang.

TabelIV.1
Distribusi Demografi Responden

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1	<u>Jenis Kelamin:</u>		
	Laki-laki	86	86%
	Perempuan	14	14%
	Jumlah	100	100%
2	<u>Usia:</u>		
	40 thn		
	31-40 thn	21	21%
	25-30 thn	30	30%
	25 thn	29	29%
	Jumlah	100	100%
3	<u>Tingkat Pendidikan:</u>		
	S1		
	SMA	5	5%
	SMK	29	29%
	SMP	54	54%
	Jumlah	100	100%

Sumber: SPSS 26 (2022)

Teknik Pengumpulan Data

Dalam riset metode pengumpulan data yang dipakai ialah angket dan studi pustaka seperti buku perpustakaan, *e-book*, dan jurnal.

Teknik Analisis Data

Pengujian Validitas

Percobaan Keabsahan dipakai untuk mengukur apakah angket sah ataupun tidak. Bila statment dalam angket bisa mengatakan apa yang hendak diukur oleh angket dikira sah(Ghozali, 2018). Untuk mengukur percobaan keabsahan yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data dianggap valid.

Tabel IV.2
 Pengujian Validitas Reward (X1)

		Correlations					Reward
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	.626**	.240*	.450**	.500**	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000	.016	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.626**	1	.316**	.399**	.538**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X1.3	Pearson Correlation	.240*	.316**	1	.604**	.449**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.016	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.450**	.399**	.604**	1	.696**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.500**	.538**	.449**	.696**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kemudahan	Pearson Correlation	.732**	.760**	.675**	.822**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: SPSS 26 (2022)

Tabel IV.3
 Pengujian Validitas Persaingan kerja (X2)
Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Reward
X2.1	Pearson Correlation	1	.473**	.241*	.495**	.532**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.016	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.473**	1	.191	.273**	.493**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000		.057	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.241*	.191	1	.547**	.399**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.016	.057		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.495**	.273**	.547**	1	.632**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.532**	.493**	.399**	.632**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kemudahan	Pearson Correlation	.738**	.656**	.642**	.807**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: SPSS 26 (2022)

Tabel IV.4
 Pengujian Validitas Lama kerja (X3)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Lama kerja
Y1	Pearson Correlation	1	.626**	.240*	.450**	.500**	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000	.016	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.626**	1	.316**	.399**	.538**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.240*	.316**	1	.604**	.449**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.016	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.450**	.399**	.604**	1	.696**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.500**	.538**	.449**	.696**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Lama kerja	Pearson Correlation	.732**	.760**	.675**	.822**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: SPSS 26 (2022)

Tabel IV.5
 Pengujian Validitas Produktivitas kinerja (Y)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Reward
X3.1	Pearson Correlation	1	.573**	.194	.405**	.472**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.053	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.573**	1	.228*	.312**	.400**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		.023	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.194	.228*	1	.531**	.324**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.053	.023		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.405**	.312**	.531**	1	.638**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.472**	.400**	.324**	.638**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000

	N	100	100	100	100	100	100
Kemudahan	Pearson Correlation	.724**	.698**	.621**	.795**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

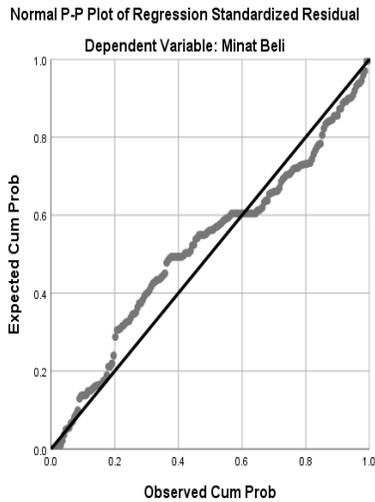
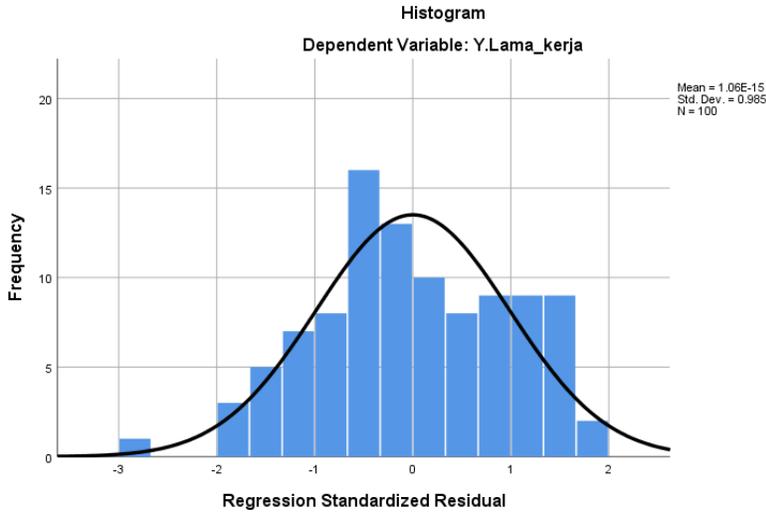
Sumber: SPSS 26 (2022)

Pengujian Reliabilitas

Percobaan Reliabilitas ialah perlengkapan untuk mengukur angket ialah indicator dari variable atau konstruk kuesioner dianggap dapat diandalkan ketika tanggapan responden terhadap pernyataan konstan (konsisten) dan stabil (Ghozali, 2018). Syarat untuk dinyatakan reliabel mencapai $> 0,6$.

Pengujian Normalitas

Percobaan Normalitas merupakan melaksanakan pengujian apakah model regresi antara variable leluasa serta terikat mempunyai penyaluran normal atau abnormal. Untuk Mengukur pengujian normalitas Signifikansi (Sig.) $> 0,05$ menyatakan berdistribusi normal.



Pengujian Multikolonieritas

Percobaan Multikolonieritas didesain untuk mencoba apakah model regresi menciptakan hubungan antara elastis bebas. Untuk mengukur model regresi tidak terjalin multikolonieritas dapat dilihat jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

Tabel
 Hasil Pengujian Multikolinearitas

III.1

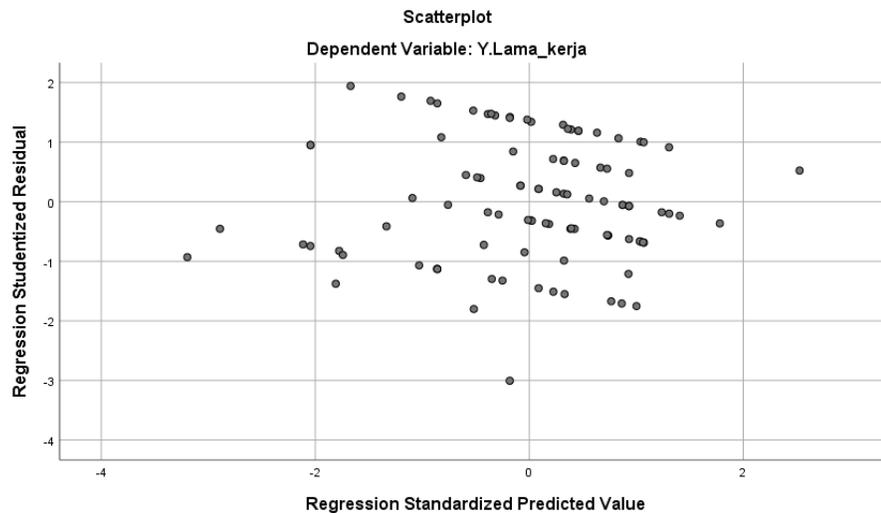
Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	15.809	2.257		7.004	.000		
	Reward	.187	.086	.237	2.170	.032	.786	1.273
	Persaingan kerja	.042	.079	.052	.529	.598	.977	1.024
	Produktivitas kerja	.103	.092	.123	1.118	.266	.770	1.299

a. Dependent Variable: Y.Lama_kerja

Sumber: SPSS 26 (2022)

Pengujian Heteroskedastisitas

Percobaan Heteroskedastisitas ialah untuk memandang apakah terjalin ketidaksamaan varians dari residual satu ke observasi ke observasi yang lain (Kurniawan, 2019). Dasar analisa diagram scartterplot: apabila tidak ada pola yang nyata serta titik-titik menabur di atas serta di dasar nilai 0 pada sumbu Y, sehingga tidak terjalin heteroskedastisitas (Ghozali, 2018)



Pengujian Regresi Linier Berganda

Bagi (Kurniawan, 2019) berisi Persamaan regresi linier berganda merupakan model persamaan regresi linier dengan beberapa variabel independen.

Pengujian Regresi Linear Berganda

Tabel IV.6
 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.809	2.257		7.004	.000
	Reward	.187	.086	.237	2.170	.032
	Persaingan kerja	.185	.083	.232	2.090	.028
	Produktivitas kinerja	.178	.076	.213	2.050	.023

a. Dependent Variable: Y.Lama_kerja

Sumber: SPSS 26 (2022)

$$Y = 15,809 + 0,187X1 + 0,185X2 + 0,178X3 + \varepsilon$$

Pengujian T (Pengujian Parsial)

Pengujian Parsial digunakan untuk menemukan dampak dari setiap variabel independent terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria hipotesis dalam pengujian T dan tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan $Sig. < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak karena variabel X berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y.

Tabel IV.7
 Hasil Pengujian Parsial T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.809	2.257		7.004	.000
	Reward	.187	.086	.237	2.170	.032

	Persaingan kerja	.185	.083	.232	2.090	.028
	Produktivitas kinerja	.178	.076	.213	2.050	.023

a. Dependent Variable: Y.Lama_kerja

Sumber: SPSS 26 (2022)

Pengujian F (Pengujian Simultan)

Pengujian F yakni Pengujian Bersama (gabungan) yang memecahkan apakah variabel bebas mempengaruhi bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig. < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak karena variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan.

Tabel IV.8
 Hasil Pengujian Parsial F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.171	3	12.390	3.700	.016 ^b
	Residual	321.469	96	3.349		
	Total	358.640	99			

a. Dependent Variable: Y.Lama_kerja

b. Predictors: (Constant), Kualitassistem, Reward_Persaingan kerja, Peroduktivitas kinerja

Sumber: SPSS 26 (2022)

Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Percobaan koefisien pemastian bermaksud untuk mengukur seberapa jauh daya riset dalam menerangkan alterasi dari elastis terbatas (Ghozali, 2018). Nilai koefisien pemastian terdapat pada nilai 0 serta 1. Pengelompokan hubungan yaitu

Tabel IV.9
 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648 ^a	.419	.409	2.343

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

b. Dependent Variable: Y.Lama_kerja

Sumber: SPSS 26 (2022)

DAFTAR PUSTAKA

- Busro, Muhammad. 2018. Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Prenadameidia Group
- Delta L. A., & Paulus W., 2018. Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal) Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis, Vol 11, No 1 (2018).
- Elbadiansyah. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Kesatu. Malang: IRDH.
- Febri Rudiansyah, 2014. Pengaruh Insentif, Tingkat Pendidikan Dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. Jurnal manajemen. ISSN: 1987-6285
- Geraika., Darmanah.,2019. Metodologi Riset. Lampung: CV Hira Tech.
- Hasibuan, 2015 Malayu S P. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi

- Ifshohin, N., 2016. Persaingan bisnis ritel antara Indomaret dan Alfamart dalam perspektif marketing mix (studi kasus di Genuk Kota Semarang). thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Irawati, Persada. 2014 Arik. Pengaruh Pemberian Reward dan Punishment terhadap Kinerja
- Islam Negeri Walisongo Semarang. 2016. Ivancevich, Konopaske dan Matteso. Perilaku Manajemen dan Organisasi. Karyawan Studi kasus pada BMT Lima Satu Sejahtera Jepara. Universitas
- Koencoro, galih dwi. 2013. Pengaruh reward dan punishment terhadap kinerja.
- Lombogia, M. W. M., & Wokas, H. R. N., 2022. Pengaruh Sistem Pengukuran Kinerja Dan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sulawesi Utara Dimasa Pandemi Covid-19. Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum) Vol. 6 No. 1 tahun 2022, halaman 489 – 498
- M. Ngalim Purwanto 2013. Universitas Brawijaya. 2013, Ilmu Pendidikan Teoretis Dan Praktis, Bandung: Remaja
- Pratiwi, I. & Rusdi, A., 2018. Komitmen Afektif Manajemen, Implementasi Sistem Pengukuran Kinerja, Akuntabilitas, dan Kinerja Organisasi Publik dalam Perspektif Teori Institusional dan Teori Strukturasi. Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis Vol. 11, No. 1, Mei 2018, 1-10. Jurnal Politeknik Caltex Riau.
- Sondang P. 2012 Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sutrisno, E. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Kencana
- Sutrisno, Edy Timur 2014: Budaya Organisasi. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tarigan, Akmal, Azhari. 2014. Teologi Ekonomi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Tarwaka, PGDip.Sc.,M.Erg. 2017. Keselamatan dan Kesehatan Kerja Manajemen dan Implementasi K3 di Tempat Kerja, Harapan Press, Surakarta
- Yani, D. A., 2021. Pengaruh Penghargaan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Widya Pratama Perkasa. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 11 No. 2 April 2021: 77 – 90
- Yani, M. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Mitra Wacana Media.2012
- Yusuf, Burhanuddin, 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia di Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Samudra Teknik Sejahtera

Teowaldus Aristo^{1)*}, Rinintha Parameswari²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾tiomandau6@gmail.com

²⁾rininthapwari@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Harga
Kelengkapan Produk
Promosi
Keputusan pembelian

Abstrak

Penelitian ini ditulis untuk mengetahui sejauh mana harga, kelengkapan produk, dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian PT. Samudra Teknik sejahtera. Pemilihan sampel berdasarkan rumus Limeshow yang telah ditetapkan adalah 100 responden.

Berdasarkan tabel koefisien, persamaan linier $Y = 3,204 + 0,725X_1 + 0,366X_2 + 0,140X_3 + e$ berarti bahwa untuk setiap kenaikan atau penurunan 1 poin pada harga, kelengkapan produk dan promosi, sehingga keputusan pembelian akan mengalami kenaikan atau penurunan 0,725 Untuk harga, kelengkapan produk 0,366, dan promosi 0,140.

R Square mendapatkan 0,886 yang berarti semua variabel independen berpengaruh sebesar 88,6% terhadap variabel depeden. Berdasarkan tabel *ANNOVA* diperoleh nilai $F_{hitung} 249,643 > F_{tabel} 2,699$ dan sig. nya $0,000 < 0,05$ berarti hasil uji F menjelaskan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel depeden..

I. PENDAHULUAN

Di zaman sekarang ini banyak sekali bermunculan di tengah kebutuhan konsumen setiap hari, semakin ketat persaingan membuat perusahaan perlu ,mempercepat upayanya untuk menarik konsumen. Oleh sebab itu pelaku usaha yang menggunakan konsep pemasaran harus berhati-hati dengan bauran pemasarannya dan fokus pada tingkah laku konsumen dari keadaan yang mengganggu keputusan pembelian. Menghadapi persaingan yang semakin ketat dan juga semakin banyaknya pelaku usaha di sektor ritel, para pelaku usaha ritel harus mampu memberikan harga yang terjangkau, ketersediaan produk yang lengkap, promosi menarik konsumen dan kualitas pelayanan yang bagus.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel depeden pada PT. Samudra Teknik Sejahtera.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut (Limakrisna & Purba, 2019, p. 119) mengatakan bahwa :

“Suatu kelompok menggunakan harga sebagai alat pemasaran. Dalam mempengaruhi keputusan pembelian harga merupakan faktor yang sangat penting.”

Menurut (Alma, 2018, p. 171) mengatakan bahwa :

“Harga adalah beberapa nilai moneter. Nilai ini dapat dilihat pada status pertukaran, yaitu pertukaran antar komoditas”.

Kelengkapan Produk

Menurut Utami dalam (Setiawan & Maskan, 2017, p. 63) mengatakan bahwa :

“Kelengkapan Produk merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan perusahaan untuk melengkapi produk yang sudah ada dengan keragaman, keluasan atau nafas, kedalaman, konsistensi, dan keseimbangan”.

Menurut Utami dalam (Arianto & Patilaya, 2018, p. 146) mengatakan bahwa :

“Kelengkapan produk berarti kelengkapan produk sehubungan dengan kedalaman, keluasan, kualitas, dan ketersediaan produk tersebut di toko.”

Promosi

Menurut Umar dalam (Santosa et al., 2019, p. 213) mengatakan bahwa :

“Promosi melibatkan suatu bentuk pertukaran informasi timbal balik yang dirancang dengan tujuan mempermudah konsumen menemukan barang ataupun jasa serta membantu pasar dalam menemukan pelanggan”.

Menurut Swastha dalam (Daud, 2018, p. 4) mengatakan bahwa :

“Promosi adalah proses komunikasi satu arah yang dirancang untuk mengarahkan individu atau kelompok ke pengenalan produk”.

Keputusan Pembelian

Menurut Hanifaradiz & Budhi dalam (Wibowo, 2018, p. 28) mengatakan bahwa :

“Keputusan pembelian adalah aktivitas yang secara langsung melibatkan konsumen untuk memperoleh dan memakai produk yang dipasarkan.”

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Daud, 2018, p. 4) mengatakan bahwa :

“Keputusan pembelian merupakan tindakan membayar produk yang diinginkan konsumen, karena ada niat dan keinginan membeli.”

III. METODE

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah primer, sehingga yang diperlukan pada penelitian ini adalah data terkait dengan persepsi konsumen tentang dampak variabel independen terhadap variabel dependen pada PT. Samudra Teknik Sejahtera. Sumber data dihasilkan dari penyebaran kuesioner, yang kemudian dijawab oleh responden yang ditentukan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen dari PT. Samudra Teknik Sajahtera, pengambilan sampel menggunakan rumus lemesow sehingga sampel yang dipilih pada penelitian ini sebanyak 100 konsumen melalui perhitungan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pada penelitian melalui kuesioner yang disebar kemudian dijawab oleh 100 responden, dimana pada penelitian ini masing-masing variabel memiliki 10 pernyataan sehingga terdapat 40 pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

Teknik Analisis Data

Teknik dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 konsumen PT. Samudra Teknik Sejahtera yang kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 25.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut (Sujarweni, 2015, pp. 157–158) mengatakan bahwa :

“uji ini untuk melihat valid atau tidak suatu kuesioner. Korelasi person dengan mengambil korelasi bivariat antara setiap skor metrik dan skor total konstruk. Angka signifikan yang digunakan $< 0,05 = \text{valid.}$ ”

Rumus :

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sujarweni, 2015, p. 158) mengatakan bahwa :

“Pengujian reliabilitas dilakukan hanya sekali pengukuran. Disini dilakukan satu pengukuran dan hasilnya kemudian di lihat perbandingannya. Dapat dikatakan realibel jika *Cronbach Alpha* $> 0,60.$ ”

Rumus:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini untuk mengukur apakah model regresi residual mempunyai distribusi normal. Pada uji ini variabel independen terhadap variabel depeden. Sebagaimana dikemukakan (Sujarweni, 2015, p. 158) penelitian ini menggunakan uji statistik K-S, dimana :

- Bila sig. Uji K-S $> 0,05$ berdistribusi normal.
- Bila sig. Uji K-S $< 0,05$ berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Sujarweni, 2015, p. 225) mengatakan bahwa :

“ Uji ini untuk melihat model regresi ada tidaknya masalah multikolinearitas, hal ini dapat melihat nilai tolerance dan sebaliknya juga pada faktor inflasi varians (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen, sehingga nilai tolerance yang kecil = VIF yang

besar ($VIF = 1 / \text{toleransi}$). Untuk melihat adanya multikolinearitas adalah membandingkan nilai tolerance $0,10 = VIF 10$.

c. Uji Heteroskedasitas

Menurut (Sujarweni, 2015, p. 225) mengatakan bahwa :

Dirancang untuk menguji ketidaksetaraan varians antara residual pengamatan dalam model regresi dan pengamatan lainnya. Untuk mengetahui heteroskedasitas dengan melihat scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat. Grafik terdiri dari ZPRED dan SRESID yang tersisa.”

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sujarweni, 2015, p. 227) menyatakan bahwa :

“Uji ini untuk mengetahui bagaimana kondisi naik turun nya suatu variabel terikat, apabila terdapat dua bahkan lebih variabel bebas yang di manipulasi (di ubah naik turunnya).

Persamaannya yaitu:

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

b. Analisis Korelasi Berganda

Pengujian ini untuk melihat hubungan antar duabahkan lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana jika mendekati 1 poin, maka hubungan antara keduanya semakin kuat sedangkan jika mendekati 0 maka berbanding terbalik, dan hubungan antar keduanya semakin kecil.

Menurut (Sugiyono, 2017, p. 233) rumusnya:

$$R_{yx_1 x_2 x_3} = \sqrt{\frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 + (ryx_3)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (ry) \cdot (ry)}{1 - (rx_1 x_2 x_3)^2}}$$

c. Koefisien Determinasi R^2

Menurut (Ghozali, 2018, p. 267) mengatakan bahwa :

“Koefisien determinasi mengukur seberapa banyak kemampuan model dalam menggambarkan variasi variabel independen. Semakin mendekati 1 maka besar juga pengaruh semua variabel independen terhadap variable dan begitupun sebaliknya.”

Rumus :

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 + (ryx_3)^2 - 2 \cdot (ryx_1) \cdot (ryx_2) \cdot (ryx_3) \cdot (rx_1 x_2 x_3)}{1 - (rx_1 x_2 x_3)^2}$$

d. Uji t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh suatu variabel bebas dipisahkan pada variabel terikat. Uji statistik t memiliki nilai signifikansi = 5%. Dengan kriteria sig < 0,05 atau nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$. (Sujarweni, 2015, p. 229).

Rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

e. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dimasukan dalam model berpengaruh secara simultan pada variabel depeden.

Rumus:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2). (n - k - 1)}$$

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Determinasi R²

Tabel 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,941 ^a	,886	,883	2,443

a. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Kelengkapan Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Bersumber pada tabel diatas koefisien determinasi R² diperoleh 0,886, sehingga dapat dikatakan pengaruh variabel independen terhadap variabel depeden pada PT. Samudra Teknik Sejahtera 88,6%, sisanya 11,4% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang belum dipaparkan pada pengujian ini.

2. Uji Hipotesis

- Uji T

Tabel 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3,204	1,355		2,366	,020
Harga (X1)	,725	,069	,602	10,527	,000
Kelengkapan Produk (X2)	,366	,070	,297	5,247	,000
Promosi (X3)	,140	,047	,132	2,993	,004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Bersumber pada tabel diatas diperoleh hasil pengujian hipotesis dengan melihat baris dan kolom (t dan sig) serta mendapatkan nilai t_{tabel} 1,98498 maka pengujian hipotesis dapat di jelaskan berikut :

- Pengaruh harga diperoleh t_{hitung} 10,527 > t_{tabel} 1,98498 dan sig. 0,000 < 0,05 maka dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel (X1) terhadap variabel (Y).
- Pengaruh kelengkapan produk diperoleh t_{hitung} 5,247 > t_{tabel} 1,98498 dan sig.0,000 < 0,05 maka dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel (X2) terhadap variabel (Y).
- Pengaruh promosi diperoleh t_{hitung} 2,993 > t_{tabel} 1,98498 dan sig. 0,004 < 0,05 maka dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu terdapat pengaruh signifikan antara variabel (X3) terhadap variabel (Y).

- **Uji F (Simultan)**

Tabel 3

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4468,105	3	1489,368	249,643	,000 ^b
	Residual	572,735	96	5,966		
	Total	5040,840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Kelengkapan Produk (X2), Harga (X1)

Berdasarkan tabel terlihat F_{hitung} 249,643 > F_{tabel} 2.699 dan sig. nya 0,000 < 0,05 berarti H_0 ditolak H_a diterima, didapatkan variabel independen juga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen di PT. Samudra Teknik Sejahtera.

V. KESIMPULAN

Bersumber dari pengujian yang telah dipaparkan, sehingga penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- Pada tabel uji t diperoleh t_{hitung} 10,527 > t_{tabel} 1,98498 dan sig. nya 0,000 < 0,05 dimana pengujian statistik ini membuktikan harga berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian pada PT. Samudra Teknik Sejahtera.
- Pada tabel uji t diperoleh t_{hitung} 5,247 > t_{tabel} 1,98498 dan sig. 0,000 < 0,05 dimana pengujian statistik ini membuktikan bahwa kelengkapan produk berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian pada PT. Samudra Teknik Sejahtera.
- Pada tabel uji t diperoleh t_{hitung} 2,993 > t_{tabel} 1,98498 dan sig. 0,004 < 0,05 dimana pengujian statistik ini membuktikan bahwa promosi berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian pada PT. Samudra Teknik Sejahtera.
- Bersumber uji determinasi R^2 diperoleh 0,886 sehingga dapat dikatakan 88,6% pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada PT. Samudra Teknik Sejahtera. Sementara jika dilihat pada uji F diperoleh nilai F_{hitung} 249,643 > F_{tabel} 2,699 dan sig. nya

0,000 < 0,05 berarti pada uji statistik F seluruh variabel independen berpengaruh simultan terhadap variabel depeden.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (13th ed.). ALVABETA, cv.
- Arianto, N., & Patilaya, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt N Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa Bintaro*. 6(2), 143–154.
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Limakrisna, N., & Purba, P. P. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia* (3rd ed.). Mitra Wacana Media.
- Santosa, S., Bisnis, F., & Dharma, U. B. (2019). Mengkaji Tingkat Minat Dan Preferensi Iklan Bear Brand Edisi The Great White Plain Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Buddhi Dharma. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1(2), 211–218.
- Setiawan, D., & Maskan, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Semoga Jaya Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 62–67. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/51>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALVABETA, cv.
- Sujarweni, W. (2015). *Metode Penelitian - Bisnis & Ekonomi* (1st ed.). pustakabarupress.
- Wibowo, F. P. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan PT Gojek Indonesia (Studi Pada Pengguna Jasa Transportasi Online - Gojek Di Tangerang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 9(1), 27–38.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Hao Sheng Trading

Winardi^{1)*}, Rinintha Parameswari²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾winardialonso@gmail.com

²⁾rinintha.parameswari@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Harga
Kualitas Produk
Promosi
Keputusan Pembelian

Abstrak

Tujuan diadakan penelitian ini agar dapat mengetahui apakah ada pengaruh suatu harga, kemudian kualitas produk, dan promosi terhadap suatu keputusan pembelian. Serta menguji apakah terdapat hubungan harga, kemudian kualitas produk dan promosi terhadap suatu keputusan pembelian yang dilakukan pada PT. Hao Sheng Trading.

Berikut hasil yang didapatkan dari analisis data yang secara cermat dilakukan pada penelitian ini, dan dapat diketahui bahwa variabel dari X-1 (Harga) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) yang memiliki pengaruh secara kuat, dibuktikan dari nilai signifikan thitung senilai 1.848 yang lebih besar dari suatu nilai ttabel 1.661 dan bisa ditunjukkan juga dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Variabel dari X-2 (Kualitas Produk) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) bisa diketahui memiliki pengaruh secara kuat yang bisa dibuktikan dari nilai signifikan suatu thitung senilai 3.178 yang lebih besar dari suatu nilai dari ttabel 1.661 dan bisa juga dibuktikan juga dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel dari X-3 (Promosi) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) bisa kita lihat berpengaruh secara kuat dengan nilai suatu thitung senilai 5.136 yang agak kecil dari suatu ttabel 1.661 dan bisa dibuktikan juga dengan suatu nilai dari signifikansi $0,000 < 0,05$.

Variabel X-I (Harga), kemudian X-2 (Kualitas Produk), kemudian juga X-3 (Promosi) memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) kepada variabel Y (Keputusan Pembelian) yang dapat kita lihat dari uji f dengan adanya nilai thitung $90.317 >$ dari ftabel 2,60 dengan tingkat yang signifikan senilai $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

I. PENDAHULUAN

Pada era yang serba instan dan digital ini, persaingan ketat dalam bisnis makin kompetitif setiap saat. Semua perusahaan secara bersama saling bersaing ketat untuk merebut hati para calon pelanggan setia. Harga ialah satu faktor penting yang bisa diperhitungkan dan krusial bagi para calon konsumen untuk membuat keputusan akan membeli produknya atau tidak. Harga yang diberikan oleh perusahaan untuk suatu produk dan dijual di masyarakat akan direspon oleh para calon konsumen. Jika konsumen merasa harga dari produk tersebut wajar dan tidak terlalu mahal, maka kemungkinan besar konsumen akan membeli produknya. Tapi kalau harga dianggap terlalu tinggi, kemungkinan besar tidak akan dibeli oleh para calon konsumen.

Tapi harga bukanlah faktor utama, karena ada faktor lain, yaitu produk yang merupakan faktor penting kedua bagi konsumen untuk dijadikan pertimbangan dalam proses pembelian. Jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas bagus, maka akan membuat para calon konsumen untuk membeli produknya walaupun harga lebih mahal. Produk jadi yang ditawarkan juga harus sesuai dengan dibutuhkan para calon konsumen yang dituju. Para calon konsumen biasanya dihadapi dengan berbagai pilihan seperti membeli produk dengan harga murah tapi kualitas jelek atau membeli produk dengan harga lebih mahal tapi kualitas bagus. Pilihan-pilihan seperti ini yang membuat

harga bukanlah faktor utama, tapi ada kualitas yang memengaruhi para calon konsumen untuk menentukan pilihannya. Kemudian faktor yang tak kalah penting adalah promosi. Promosi berguna agar para calon konsumen mengetahui lebih banyak tentang produk. Perusahaan biasanya gencar melakukan promosi yang inovatif untuk menarik hati para calon konsumen. Promosi yang baik dan tepat dapat meningkatkan peluang para calon konsumen untuk membeli produk perusahaan. Promosi yang tepat dapat dilakukan dengan berbagai cara di zaman modern ini. Perusahaan dapat membuat website, dan aktif melakukan promosi melalui media – media sosial yang ada seperti facebook, instagram, youtube, dan lain – lain. Dengan memaksimalkan promosi melalui media – media sosial seperti ini dapat menjangkau para calon konsumen lebih mudah dan efektif.

II. TINJAUAN PUSTAKA

a. Pemasaran

Meneladan dari (Hery, 2019) megemukakan bahwa :

“Pemasaran bisa menjadi suatu fungsi sebuah organisasi dalam suatu kerja untuk membentuk, mengomunikasikan, dan menjadikan nilai-nilai kepada para konsumen, serta menjalin hubungan baik melalui cara yang memberikan keuntungan untuk pihak organisasi.”

Menurut (Sri, 2016) mengatakan bahwa :

“Pemasaran ialah suatu proses dari seorang manusia atau suatu organisasi untuk memengaruhi individu atau suatu organisasi lainnya dengan tujuan agar mereka yang ingin dan perlu produk barang atau jasa bisa dipenuhi dan yang memengaruhi memperoleh keuntungan.”

b. Harga

Menurut (Wijoyo, 2021) mengatakan berikut :

“Harga ialah sejumlah dan suatu nilai yang dibayarkan dari para pelanggan agar mendapat hasil yaitu memiliki atau rnenggunakan produk yang memiliki nilai diberikan oleh pembeli dan para penjual dengan cara tawar dan saling menawar, dan ditetapkan langsung oleh produsennya untuk sebuah harga sudah disepakati dan kernudian pembeli memakluminya.”

Menurut (Aristawidia, 2020) mengatakan bahwa :

“Harga juga suatu nilai nominal uang dari sebuah barang ataupun segala yang sesuatunya melalui proses penilaian atas dasar dari suatu standar tertentu.”

c. Kualitas Produk

Menurut (Chandra, 2016) mengatakan juga bahwa :

“Kualitas ialah suatu kondisi yang fleksibel dan sangat erat dengan suatu produk, dan jasa, kemudian sumber daya manusianya, proses, maupun lingkungannya yang juga menyesuaikan atau mencapai suatu harapan.”

Meneladan dari (Prawiro, 2019) mengatakan berikut :

“Kualitas adalah tingkat baik atau buruknya, taraf, mutu, atau derajat sesuatu.”

Menurut (Tumbel & Walangitan, 2021) mengatakan berikut :

“Kualitas produk ialah suatu karakter dari sebuah produk untuk mernenuhi kebutuhan maupun keinginan para konsumen yang sifatnya pasti.”

d. Promosi

Menurut (Shafitri et al., 2021) mengatakan bahwa :

“Promosi ialah suatu usaha yang dikerjakan perusahaan dengan tujuan agar menarik perhatian pelanggan dengan menyampaikan pesan penting yang bersifat informatif dan sifatnya mengajak.”

Menurut (Yusuf, 2020) mengatakan berikut :

“Promosi ialah setiap komunikasi verbal maupun non-verbal yang dilakukan untuk memengaruhi para calon konsurnen untuk membeli produk atau jasa.”

III. METODE

Di penelitian kali ini, jenis data yang dipakai oleh penulis ialah data kuantitatif, yang didapatkan dari hasil kuesioner yang telah dijawab oleh para responden terpilih. Sumber data yang juga dipakai oleh penulis ialah sumber data primer. Data ini diperoleh melalui penyebaran sebuah kuesioner oleh peneliti dan selanjutnya dijawab oleh para

responden. Penulis menetapkan populasi pada penelitian kali ini ialah pelanggan PT. Hao Sheng Trading. Menentukan jumlah sampel di penelitian kali ini dengan memakai rumus *Lemeshow*.

Skala pengukuran untuk mengukur nilai variabel pada suatu keputusan pembelian yang dipakai oleh penulis ialah jenis skala likert.

Menurut (Ilahi, 2016) mengatakan bahwa :

“Skala Likert ialah suatu skala yang biasa dipakai untuk sebuah kuesioner, dan juga skala yang terbanyak dipakai di suatu penelitian seperti survei.”

Nama skala Likert ini diambil dari sebuah nama penemunya, yaitu *Rensis Likert*. Pilihan pada setiap alat instrumen yang memakai skala likert juga memiliki urutan nilai dari yang sangat positif kemudian menjadi sangat negatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan urutan pilihan “sangat setuju” sampai dengan “sangat tak setuju”

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas menurut (Darma, 2021, 7) mengatakan bahwa :

“Uji validitas ini untuk mengukur seberapa tepat suatu uji untuk melakukan sesuai fungsinya, dan juga untuk mengetahui apakah alat ukur ini telah disusun secara benar dan bisa mengukur yang telah diukur.”

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Darma, 2021, 17) mengatakan bahwa :

“Konsep di reliabilitas ialah sejauh mana hasil dari suatu pengukuran yang dipakai bisa tetap dipercaya dan bebas dari kesalahan pengukuran.”

Suatu kuesioner dianggap dapat diandalkan atau dapat dikatakan kredibel apabila hasil jawaban seseorang terhadap sebuah pertanyaan stabil atau konsisten walau berkali-kali ditanyakan.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum kita melakukan uji hipotesis, hal pertama yang dikerjakan adalah uji asumsi yang klasik. Hal ini dikarenakan uji ini ialah sebuah persyaratan statistik yang wajib dipenuhi juga pada suatu analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik ini biasanya terdiri dari beberapa uji, yaitu :

a. Uji Normalitas

Menurut (Asfihan, 2022) mengatakan bahwa :

“Uji normalitas digunakan untuk mencari tahu apakah suatu nilai residu tersebar secara normal atau tak normal. Model regresi tepat ialah mempunyai residu yang tersebar secara biasa.”

Data ini dikatakan tepat apabila data terdistribusi secara biasa. Dasar dari pengambilan keputusan pada uji ini yaitu :

- 1) Bila nilai signifikansi lebih besar > 0.05 maka data tersebut dapat dikatakan terdistribusi secara biasa.
- 2) Tapi jika yang terjadi kebalikannya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari < 0.05 maka bisa disebut data itu tidak tersebar secara biasa.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut (Asfihan, 2022) mengatakan bahwa:

“Uji multikolinieritas dipakai untuk mencari tahu apakah ada sebuah hubungan yang tinggi antara suatu variabel independen di sebuah model regresi linier berganda. Kalau ada hubungan yang tinggi antar variabel yang independen dan juga variabel dependen akan tak berjalan normal.”

Kalau adanya korelasi, berarti ada masalah multikolinearitas. Uji multikolinearitas dari penelitian kali ini dikerjakan dengan mengamati suatu nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan toleransinya yang bisa dideteksi apakah ada masalah pada multikolinearitas atau tidak.

Untuk mendeteksi multikolinearitas dengan mengamati suatu nilai toleransi dan juga suatu nilai inflasi *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi. Bila nilai $VIF < 10$ lalu nilai toleransi semua variabel bebas adalah $> 0,10$ bisa disimpulkan bahwa tak terjadi multikolinearitas antara variabel yang bebas dalam suatu model dari regresi atau dapat dikatakan lolos dari pengujian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Asfihan, 2022) mengatakan bahwa:

“Uji heteroskedastisitas, yang pertama dicek adalah apakah terdapat perbedaan yang tak sama antara suatu residu dan juga dari pengamatan lain. Suatu model regresi yang bisa memenuhi syarat ialah jika ada

kecocokkan di varian antara suatu residu dari satu pengamatan dan yang lainnya bisa dikatakan *homoscedasticity*.”

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda biasanya dipakai untuk mengukur apakah ada pengaruh antara satu variabel yang prediktor (variabel bebas) ke suatu variabel yang terikat.

4. Uji Hipotesis

Menurut (Kho, 2022) mengatakan bahwa :

“Uji Hipotesis ini memiliki fungsi untuk menetapkan sebuah dasar agar bisa terkumpul bukti yang berbentuk data olahan dengan tujuan untuk menentukan suatu keputusan apakah akan menerima atau menolak sebuah kebenaran yang timbul dari asumsi yang dimunculkan. Uji ini juga bisa memberi keyakinan dalam diri saat mengambil sebuah keputusan yang sifatnya umum.”

a. Koefisien Determinasi R²

Menurut (Nawari, 2007, 29) mengatakan bahwa:

“Koefisien determinasi ini (R²) menunjukkan proporsi keragaman pada variabel yang terikat dan bisa dipelajari oleh variabel terduganya.”

b. Uji t

Tujuan analisis uji ini dalam penelitian ialah untuk mencari tahu pengaruh suatu harga, suatu kualitas produk, dan suatu promosi terhadap suatu keputusan pembelian pada PT. Hao Sheng Trading dengan menggunakan uji parsial (uji t), caranya adalah dengan membandingkan antara thitung dan ttabel dan probabilitas. Jika hasil dari pengujian thitung > ttabel dan probabilitas <0.05 berarti Ho tentu ditolak yang ialah variabel independennya memiliki pengaruh secara signifikan terhadap suatu variabel dependent. Demikian juga sebaliknya, bila hasil dari pengujian thitung < ttabel dan probabilitas >0.05 berarti Ho tentu diterima dan variabel independent tak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap suatu variabel dependentnya.

c. Uji F

Uji ini ialah uji yang sudah digunakan dalam banyak penelitian untuk membandingkan model statistik yang telah dipasang kumpulan data, kemudian populasi dan sampel digunakan untuk mengidentifikasinya.

Menurut (Gani & Amalia, n.d.) mengemukakan :

“Uji F atau juga bisa disebut *Goodnes of Fit Test* ialah uji untuk kelayakan suatu model. Model apa yang layak ialah model yang bisa dipakai untuk mengetahui batas populasi. Model ini disebut juga layak kalau nilai F sebuah modelnya mampu memenuhi syarat dan kriteria yang sudah ditentukan.”

IV. HASIL

Uji Validitas

1) Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Tabel 4. 1

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r _{tabel}	Hasil	Kesimpulan
Harga (X-1)	1	0.433	0.196 6	0.2364	Valid
	2	0.601		0.4044	
	3	0.599		0.4024	
	4	0.464		0.2674	
	5	0.549		0.3524	
	6	0.578		0.3814	
	7	0.592		0.3954	
	8	0.578		0.3814	
	9	0.617		0.4204	
	10	0.572		0.3754	

Sumber:SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel 4.42 rnenunjukkan jika nilai korelasinya yang terjadi *pearson correlationnya*(r hitung) untuk semua pernyataan pada variabel Harganya juga menunjukkan data lebih besar ketimbang nilai r tabelnya yang hanya senilai 0.1966 (tarafnya sigmifikansi sebesar 5% ($\alpha=0.05$) dengan *degree of freedomnya*(df)=n-2. Sehingga dapat dipahami bahwa pernyataan di sebuah variabel Harganya terbukti

cocok dan bisa dipakai untuk data dari penelitian.

2) Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Tabel 4. 2

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r _{tabel}	Hasil	Kesimpulan
Kualitas Produk (X-2)	1	0.553	0.1966	0.3564	Valid
	2	0.542		0.3454	
	3	0.551		0.3544	
	4	0.553		0.3564	
	5	0.489		0.2924	
	6	0.568		0.3714	
	7	0.556		0.3594	
	8	0.645		0.4484	
	9	0.615		0.4184	
	10	0.609		0.4124	

Sumber:SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel 4.43 menunjukkan nilai korelasi *pearson correlation* (r hitung) bagi semua pernyataan yang ada di suatu variabel dari Kualitas Harga menunjukkan datanya lebih besar ketimbang nilai r tabelnya yang senilai 0.1966 (tarafnya signifikansi yang senilai 5 % ($\alpha=0.05$) dan *degree of freedomnya* (df)=n-2. Dan dapat dipahami jika poin-poin pernyataan di variabelnya Kualitas suatu Produk dikatakan terbukti cocok dan bisa dipakai untuk keakuratan penelitian kali ini.

3) Hasil Uji Validitas Promosi (X3)

Tabel 4. 3

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r _{tabel}	Hasil	Kesimpulan
Promosi (X-3)	1	0.442	0.1966	0.2254	Valid
	2	0.538		0.3414	
	3	0.548		0.3514	
	4	0.693		0.4964	
	5	0.617		0.4204	
	6	0.624		0.4274	
	7	0.580		0.3834	
	8	0.630		0.4334	
	9	0.627		0.4304	
	10	0.568		0.3714	

Sumber:SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel 4.44 menunjukkan jika nilai dari hubungan korelasi *pearson correlation* (r hitung) untuk setiap pernyataan yang di variabel promosi menunjukkan lebih besar ketimbang nilai suatu r tabel yang senilai 0.1966 (tarafnya signifikansi yang ebesar 5% ($\alpha=0.05$) yang *degree of freedomnya* (df)=n-2. Dan bisa dinyatakan jika poin-poin pertanyaan pada variabel suatu promosinya dikatakan cocok dan pantas dipakai untuk kevalidan penelitiannya.

4) Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4. 4

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r _{tabel}	Hasil	Kesimpulan
Keputusan Pembelian (Y)	1	0.441	0.1966	0.2444	Valid
	2	0.478		0.2814	
	3	0.589		0.3924	
	4	0.599		0.4024	
	5	0.550		0.3534	
	6	0.479		0.2824	
	7	0.588		0.3914	
	8	0.540		0.3434	
	9	0.613		0.4164	
	10	0.550		0.3534	

Sumber:SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel 4.4.5 menunjukkan kalau korelasi *pearson correlationnya*(r hitung) masing-

masing pernyataan di variabel Keputusan Pembelian menunjukkan lebih besar ketimbang dari nilai r tabel nya yang senilai 0.1966 (tarafnya signifikansi yang senilai 5% ($\alpha=0.05$) dan *degree of freedomnya*(df) =n-2. Dan bisa dipahami kalau pertanyaan di variabel Keputusan Pembelian disebutkan cocok kemudian pantas dipakai untuk data dari penelitian kali ini.

Uji Reliabilitas

1) Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1)

Tabel 4. 5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	10

Sumber:SPSS versi 26

Dari tabel di atas, bisa dipahami nilai *Cronbach's Alpha* senilai 0.855 yang memiliki total 10 pertanyaan. Kalau disandingkan di tingkat keandalan pada tabel 4.46, yang lebih besar daripada 0.60 , bisa dipahami seluruh pertanyaan di variabel harga ini ialah reliabel.

2) Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)

Tabel 4. 6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.860	10

Sumber:SPSS versi 26

Dari tabel di atas, bisa dipahami nilai *Cronbach's Alpha* senilai 0.860 yang memiliki total 10 pertanyaan. Kalau disandingkan di tabel 4.46, yang lebih besar dari pada 0.60 , bisa dipahami seluruh pertanyaan di variabel kualitas produk ialah reliabel.

3) Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X3)

Tabel 4. 7

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.870	10

Sumber:SPSS versi 26

Dari tabel di atas bisa dipahami nilai *Cronbach's Alpha* senilai 0.870 yang memiliki total 10 pertanyaan. Kalau disandingkan di tabel 4.46, yang lebih besar dari pada 0.60 , bisa dipahami seluruh pertanyaan di variabel promosi ialah reliabel.

4) Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4. 8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	10

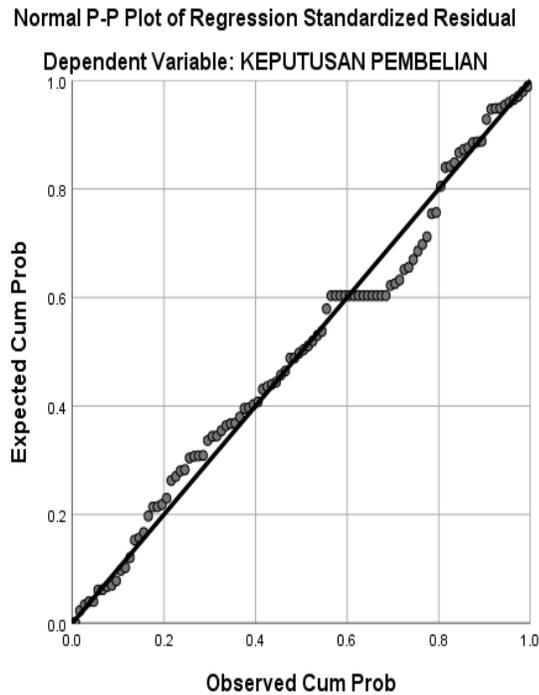
Sumber:SPSS versi 26

Dari tabel di atas, bisa dipahami nilai *Cronbach's Alpha* senilai 0.839 yang memiliki total 10 pertanyaan. Kalau disandingkan di tabel 4.46, yang lebih besar dari pada 0.60 bisa dipahami seluruh pertanyaan di variabel keputusan pembelian ialah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Grafik P-P Plot Of Regression Standarized Residual

Gambar 1



Sumber:SPSS versi 26

Jika diperhatikan secara cermat, gambar di atas adalah grafik *PP Plot Of Regression Stanfaarized Residuual*, titik yang ada sudah tersebar di dekat garis lurus yang mulai mengikuti searah garis lurusnya. Pola ini menandakan kalau regresi sudah terpenuhi secara asurnsi normal

b. Smirnov Test

Tabel 4. 9

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.35501428
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.051
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : SPSS versi 26

Dari tabel di atas, hipotesisnya adalah:

H_0 : Jikalau (nilai signifikansi) $P > 0.05$, maka variabelnya mempunyai pendistribusian yang normal.

H_a : Jikalau (nilai signifikan) $P < 0.05$, maka variabelnya tidak mempunyai pendistribusian normal.

Berdasarkan pada tabel diatas yaitu tabel *One Sample-Kolmogorov Smirnov Test*. angka *Asymp,Sig* menunjukkan nilai 0.67, angka itu lebih besar ketimbang 0.05 dan selanjutnya menjadi standar suatu pengukuran pada uji normalitas. Dari pengujian ini mungkin bahwa hasil dari uji normalitas adalah normal atau valid.

Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji ini ialah untuk mencari tahu apakah ada hubungan antara variabel yang bebas (X) di model regresinya. Pembuktiannya ialah cara mengamati dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF), rumusan hipotesisnya adalah berikut:

H_0 : Jikalau nilai tolerancenya > 0.10 kemudian nilai dari $VIF < 10$, bisa dikatakan tak ada multikolinearitas antara variabel yang independent di regresinya.

H_1 : Jikalau nilainya tolerancenya < 0.10 kemudian nilai dari $VIF > 10$, bisa dikatakan ada multikolinearitas antar variabel yang *independent* di model regresinya.

Hasil Uji Multikolinearitas

Gambar 2

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	6.527	2.207		2.957	.004		
	HARGA	.133	.072	.147	1.848	.008	.431	2.321
	KUALITAS PRODUK	.301	.095	.310	3.178	.002	.287	3.489
	PROMOSI	.423	.082	.471	5.136	.000	.324	3.083

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber:SPSS versi 26

Berdasarkan tabel di atas, bisa disimpulkan VIF Harga (X-1) ialah 2.321, VIF Kualitas Produk (X-2) ialah 3.489, kemudian VIF Promosi (X-3) ialah 3.083. Seluruh variabel yang *independentnya* memiliki sebuah nilai VIF-nya lebih dari angka 10, bisa dipahami tak terjadi multikolinearitas antara sesama variabel *independentnya* dalam model regresinya.

Kalau diperhatikan dari nilainya *tolerance* Harga (X-1) ialah 0.431, nilai *tolerancenya* Kualitas Produk (X-2) adalah 0.287, dan nilai *tolerancenya* Promosinya (X-3) ialah 0.324. Karena nilai *tolerancenya* lebih besar dari angka 0.10 maka bisa dipahami tak ada multikolinearitas.

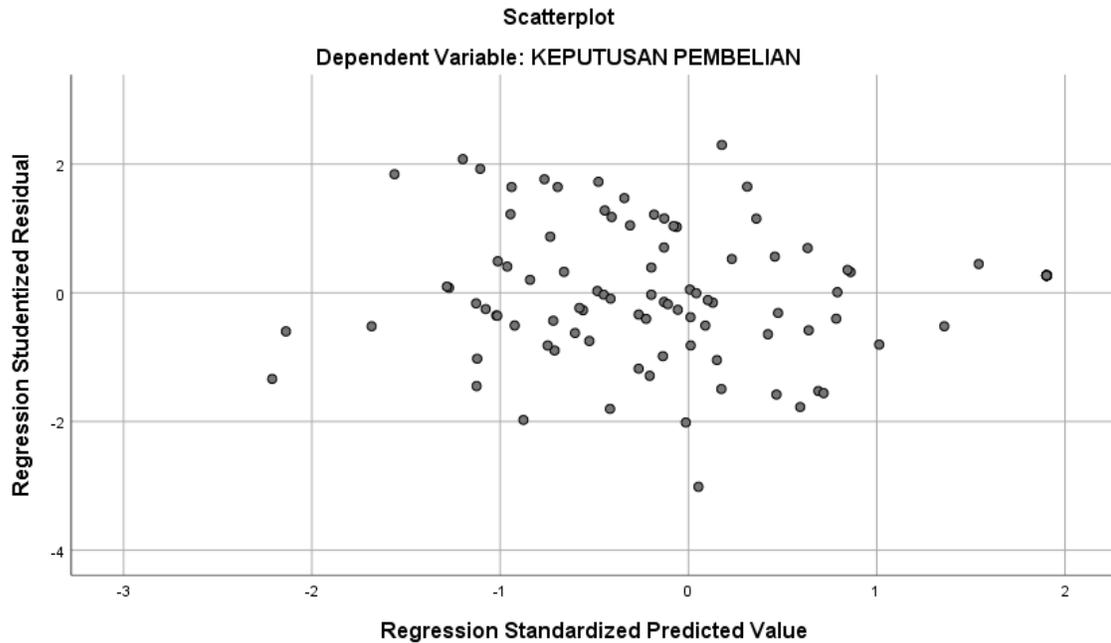
Uji Heterokedastisitas

Di pengujian heterokedastisitas ini ialah dengan mengamati apakah ada atau tidak ada suatu pola tertentu di grafik scatter plot antar SPRESID dan ZPRED, dengan memakai analisis dasarnya yaitu:

- 1) Adanya pola tertentu, misal melebar, bergelombang dan selanjutnya menyempit yang berarti terjadi heterokedastisitas.
- 2) Tidak adanya pola yang jelas dan juga titik sangat tersebar di bawah dan juga di atas nol pada titik sumbu Y, maka bisa dicermati tak ada heterokedastisitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Gambar 3



Sumber:SPSS versi 26

Jika diperhatikan secara cermat pada grafik di atas, bisa dipahami kalau titiknya tersebar *random* ataupun secara mengacak maupun tidak terbentuk bentuk apapun. Kemudian menunjukkan berarti tidak ada yang-terjadi heterokedestisitas pada model regresi.

A. Pengujian Hipotesis

1. Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk, kemudian Promosi terhadap suatu Keputusan Pembelian pada PT. Hao Sheng Trading.

Agar dapat melihat ada ataupun tidaknya pengaruh mengenai variabel (X-1) ialah harga, (X-2) ialah kualitas produk, kemudian ada (X-3) ialah promosi kepada variabel (Y) yaitu keputusan pembelian dan untuk mengetahui kuat atau tidak pengaruhnya itu, rnaka dipakai juga analisis sebuah regresi linier yang berganda dengan memakai program IBM SPSS (*Statistical Packages for the Social Sciencetic*) Versi 26. Berikuut ini hasil dari beberapa analisis sebuah regresi linear berganda.

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
HARGA	100	30.00	50.00	41.1400	5.07921
KUALITAS PRODUK	100	32.00	50.00	41.3000	4.74075
PROMOSI	100	30.00	50.00	41.1900	5.12805
KEPUTUSAN PEMBELIAN	100	30.00	50.00	41.8500	4.60429
Valid N (listwise)	100				

Sumber : SPSS 26

- a) Di tabel atas, hasilnya dari analisis variabelnya harga di *Descriptive Statistics* rnenunjukkan sebuah nilai minirnum sebesar 30, maksimum yang senilai 50, nilai mediannya yang senilai 41.14 dan standarisasi deviasinya senilai 5.079.
- b) Di tabel atas, hasilnya dari analisis variabelnya kualitas produk di *Descriptive Statistics* rnenunjukkan sebuah nilai minimumnya yang senilai 32, maksimumnya senilai 50, nilai mediannya snilai 41.30 dan standarisasi deviasi senilai 4.740.

- c) Di tabel atas, hasilnya analisis variabelnya promosi di *Descriptive Statistics* menunjukkan nilainya minimum senilai 30, maksimum senilai 50, nilai medianya senilai 41.19 dan standarisasi deviasinya senilai 5.128.
- d) Pada tabel di atas, hasil analisis variabel keputusan pembelian dalam *Descriptive Statistics* menunjukkan nilainya minimum sebesar 30, maksimum senilai 50, dan nilai medianya senilai 41.85 dan standarisasi deviasinya senilai 4.604.

Correlations

		HAR GA	KUALIT AS PRODUK	PROM OSI	KEPUTUS AN PEMBELIAN
HARGA	Pearson Correlation	1	.736**	.694**	.701**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.736**	1	.809**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
PROMOSI	Pearson Correlation	.694**	.809**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.701**	.799**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber:SPSS 26

Dari tabel di atas, Corelations bisa dipahami antara lain:

- a. Tingkat sebuah pengaruh harganya terhadap sebuah keputusan dari pembelian diperlihatkan dengan suatu nilai yang koefisien korelasinya senilai 0.701 yang artinya korelasinya masuk ke dalam bagian korelasi kuat kemudian mempunyai arah sangat positif.
- b. Tingkat sebuah pengaruh suatu kualitas produknya terhadap keputusan pembelian diperlihatkan nilai koefisiennya korelasi senilai 0.799 yang berarti korelasinya masuk ke dalam korelasinya yang sangat kuat dan mempunyai arahnya yang positif.
- c. Tingkat sebuah pengaruh promosi kepada keputusan pembelian diperlihatkan dari sebuah koefisiensi korelasi yang senilai 0.823 dan berarti korelasinya masuk ke dalam korelasinya yang sangat kuat juga mempunyai arahnya yang positif.
- d. Tabel Corelations menunjukkan bahwa :
 Pengaruh antar harga (X1) signifikan ataupun tidaknya dengan suatu keputusan dari pembelian, bisa diamati dari probability (sig.) senilai 0.000 <0.05 maka terdapat pengaruh signifikansi antara saling variabel tersebut.
- e. Tabel Corelations menunjukkan bahwa :
 Pengaruh kualitas produk (X2) signifikannya atau tak dengan suatu keputusan dari pembelian, maka bisa diperlihatkan dari suatu angka probability (sig) senilai 0.000 <0.05 terdapat pengaruh signifikan antara kedua variabel tersebut.
- f. Tabel Corelations menunjukkan bahwa :
 Pengaruh di antara promosi (X3) signifikan ataupun tidak keputusan pembelian, hal ini bisa dilihat dari angka probability (sig) senilai 0.000 <0.05 maka tentu terdapat pengaruh yang signifikan antara masing masing kedua variabelnya tersebut.
- g. Tabel corelations menunjukkan berikut :
 Suatu pengaruh harga, kualitas dari produk, dan promosi bisa dipahami dari probabilitasnya yang senilai 0.000 <0.05 yang bila angkanya probabilitas < 0,05, maka ada hubungannya yang sangat signifikan nya juga di antara tiga variabelnya yang ada itu. Bisa diamati di tabel atas, yang memiliki nilai probabilitasnya di kolomnya signifikan juga artinya juga tak menerima H0 dan menerima Ha-nya

Uji Analisis Linear Berganda

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Gambar 4

Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.527	2.207		2.957	.004
	HARGA	.133	.072	.147	1.848	.008
	KUALITAS PRODUK	.301	.095	.310	3.178	.002
	PROMOSI	.423	.082	.471	5.136	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber:SPSS versi 26

Persamaan suatu regresi sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_{123} = Koefisien

X1 = Harga

X2 = Kualitas Produk

X3 = Promosi

e = Error

Berdasarkan Tabelnya, bisa dijelaskan kalau nilainya B di kolom *Unstandariaed Coeffceceient* terdiri nilai constantnya senilai 6.527, kalau untuk suatu nilai koefisiennya harga (X-1) senilai 0.133, nilai koefisiennya kualitas produk (X-2) senilai 0.301, dan nilai suatu koefisien promosinya (X-3) senilai 0.423, dan didapatkan persamaan regresi

$$\text{Keuasan Konsumennya} = 6.527 + 0.133 + 0.301 + 0.423$$

Sehingga dapat diketahui jika variabelnya X_1 (harga) terjadi juga suatu peningkatan setinggi 1 poin maka variabel Y (keputusan pembeliannya) juga mengalami tingkatan signifikan senilai 0.133, juga di saat variabel X_2 nya (kualitas produk) adanya peningkatan signifikan senilai 1 poin maka variabelnya dari Y (keputusan pembeliannya) juga menjadi peningkatan senilai 0.301. Di saat variabel X_3 (promosi) terjadi suatu tingkatan setinggi 1 poin maka variabel Y nya (keputusan pembeliannya) juga mengalami kenaikan tingkat 0.423. Dan nilai sebesar 6.527 menunjukkan bahwa apabila tak terjadi suatu peningkatan poin di antara suatu variabel X_1, X_2 atau juga X_3 maka dari itu variabel Y (Keuasan Konsumen) berada juga pada nilainya 6.527.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

1) Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Tabel 4. 10

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.730	2.39153

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : SPSS versi 26

Berdasarkan tabelnya, maka bisa diketahui angka dari *Adjusted R Square* ialah 0.738 atau 73.8%. Nilai yang diperoleh adalah sebesar 73.8% yang berarti juga bahwa variabel (X_1, X_2, X_3) mempunyai pengaruh kontribusi nilai senilai 73.8% kepada variabel yang terikat (Y).

Uji T

1) Hasil Uji Parsial (Uji T)

Gambar 5

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.527	2.207		2.957	.004
	HARGA	.133	.072	.147	1.848	.008
	KUALITAS PRODUK	.301	.095	.310	3.178	.002
	PROMOSI	.423	.082	.471	5.136	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : SPSS versi 26

Kriteria penguji:

- 1) Jikalau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 tentu diterima
- 2) Jikalau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 tentu ditolak

Di tabel signifikannya dipakai untuk menguji probabilitas yang kriteria seperti:

- 1) Jikalau Probabilitasnya $< .05$ memiliki arti H_0 ditolak dan H_1 tentu diterima.
- 2) Jikalau Probabilitasnya > 0.05 memiliki arti H_0 di terima dan H_1 tentu ditolak.

Berdasar pada tabel yang ada di atas, dapat dipahami seperti:

- 1) Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian
 Dari uji t tabel yang ada di atas, dapat diketahui juga sebuah nilai variabel Harganya (X-1) ialah $0.008 < 0.05$ dan nilai t hitungnya $1.848 > t$ tabel 1.661 . Maka tersebut rnenunjukkan H0 nya ditolak dan H1nya diterima, yang artinya ada hubungan yang positif dan juga signifikan di antara Harga (X-1) dengan Keputusan Pembeliannya (Y).
- 2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
 Dari uji t pada tabel yang ada di atas, bisa dipahami nilai signifikan variabelnya Kualitas Produk (X-2) ialah $0.002 < 0.05$ dan nilai t htungnya $3.178 > t$ tabelnya 1.661 . Berarti kondisi tersebut menyebabkan H0 tak diterima dan H1 tentu diterima, artinya ada hubungan positif dan juga signifikan antara Kualitas Produknya (X2) dengan Keputusan Pembeliannya (Y).
- 3) Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
 Hasil uji t tabel yang ada di atas, dipahami nilai signifikannya variabel dari Promosinya (X-3) ialah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitungnya $5.136 > t$ tabelnya 1.661 . Maka tersebut menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima, yang artinya ada hubungan positif dan signifikan di antara Promosinya (X-3) dengan Keputusan Pembeliannya (Y).

Uji F

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Gambar 6

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1549.687	3	516.562	90.317	.000 ^b
	Residual	549.063	96	5.719		
	Total	2098.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, KUALITAS PRODUK

Sumber : SPSS versi 26

Berdasarkan yang ada di tabel atas, ditemukan nilai F nya ialah $90,317$ yang tingkat signifikannya 0.000 atau dapat disebutkan lebih kecil juga dari 0.05 . Kemudian bisa dipahami nilai F hitung nya $90.317 >$ dari F tabelnya 2.70 yang tingkat signifikannya $0.000 <$ dari 0.05 . Berarti membuktikan kalau semua variabelnya *independent* dan terdiri dari Harganya (X-1), Kualitas Produknya (X-2), dan Promosinya (X-3) juga memiliki pengaruh kuat secara bersama terhadap Keputusan Pembeliannya (Y).

V. KESIMPULAN

a. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Harganya (X-1) berpengaruh kepada variabel Keputusan Pembeliannya (Y) pada PT. Hao Sheng Trading. Dan ini dapat dibuktikan dengan nilainya thitung sebesar 1.848 yang lebih besar dari nilai ttabel 1.661 dan bisa ditunjukkan juga dengan nilainya yang signifikansinya $0.008 < 0.05$ dan juga nilai koefisien korelasi senilai 0.701 yang artinya juga hubungan harga kepada keputusan untuk pembeliannya adalah kuat.

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Kualitas Produknya (X-2) berpengaruh kepada variabel Keputusan Pembeliannya (Y) pada PT. Hao Sheng Trading. Dan ini dapat dibuktikan dengan nilainya thitung senilai 3.178 yang lebih besar ketimbang nilai ttabelnya 1.661 dan bisa ditunjukkan juga nilainya signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien korelasi senilai 0.799 yang berarti kualitas produknya kepada keputusan pembeliannya adalah kuat.

c. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Promosinya (X-3) berpengaruh kepada variabel Keputusan Pembeliannya (Y) pada PT. Hao Sheng Trading. Dan ini dapat dibuktikan dengan nilainya thitung sebesar 5.136 yang lebih kecil daripada tabel 1.661 dan dapat dibuktikan juga dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ kemudian nilainya koefisien korelasi senilai 0.823 dan berarti hubungan promosinya kepada keputusan untuk pembeliannya adalah kuat.

d. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel Harganya, Kualitas Produknya, kemudian Promosinya memiliki pengaruh secara bersama terhadap Keputusan Pembeliannya. Dan juga bisa ditunjukkan diuji f dengan ada nilainya fhitung $90.317 >$ dari ftabelnya 2.60 yang tingkat signifikannya $0,000 < 0,05$. Yang berarti variabel Harganya, Kualitas Produknya, dan Promosinya mempunyai pengaruh secara bersama-sama kepada Keputusan Pembeliannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aristawidia, I. B. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Dan Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Emina. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1). <https://doi.org/10.15642/manova.v2i1.352>
- Asfihan, A. (2022). *No Title*. 2022. <https://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/>
- Chandra, T. &. (2016). *No Title*.
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*.
- Gani, I. & Amalia, S. (n.d.). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=1FSiCgAAQBAJ>
- Hery, S. E. M. S. C. R. P. R. S. A. C. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia widiasarana indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=-cSZDwAAQBAJ>
- Ilahi, A. (2016). *Pengertian Skala Likert Menurut Para Ahli*. 2016. <https://www.afdhalilahi.com/2016/04/pengertian-skala-likert-menurut-para-ahli.html>
- Kho, D. (2022). *No Title*. 2022. <https://teknikelektronika.com/pengertian-uji-hipotesis-jenis-jenisnya/>
- Nawari. (2007). *Analisis Regresi*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=rg1tgRiutrAC>
- Prawiro, M. (2019). *No Title*. <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-produk.html#:~:text=Secara umum%2C pengertian produk adalah sesuatu yang dihasilkan,suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.>
- Shafitri, M., Aryani, L. & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, 02*.
- Sri, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=OM-EDwAAQBAJ>
- Tumbel, N. A. M. T. M. & Walangitan, O. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272–275. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/34831>
- Wijoyo, H. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis*. Insan Cendekia Mandiri. <https://books.google.co.id/books?id=x8cnEAAAQBAJ>
- Yusuf. (2020). *Pengertian Promosi Adalah Dan Jenis Promosi*. 23 Agustus.

Pengaruh Brand Image, Harga Dan Strategi Pemasangan Iklan Di Apikasi Online Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil Bekas

Geri Putra Pratama^{1)*}, Fidelis Wato Tholok²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾geriputrapratamaa@gmail.com

²⁾fidelljst@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci :
Brand Image
Harga
Strategi Pemasangan
Penjualan

ABSTRAK

“Tujuan dari riset ini ialah dalam menelusuri pengaruhnya Brand Image, Harga, Iklan Online berpengaruh terhadap peningkatan penjualan Showroom Mobil Bekas Tangerang. Pada sampel riset ini dengan jumlah 100 narasumber. Penghimpunan data di lakukan dengan menyebarkan kuesioner, serta pengolahan data dalam riset ini mempergunakan SPSS versi 26. Uji analisis regresi linier berganda, uji r, pengujian t, serta pengujian f dalam melakukan pengujian hipotesis penelitian. “Hasil regresi linear berganda didapat persamaan $Y = 4.583 + 0,204 X_1 + 0,83 X_2 + 0,584 X_3$ artinya jika ada peningkatan bahkan penurunan dari X_1 , X_2 , dan X_3 sebesar 1 poin, maka variabel Y bisa mendapatkan peningkatan atau juga penurunan sebesar 4,583, 0,204, 0,83, dan 0,58”.

“Hasil dari sebuah penelitian uji hipotesis memakai uji T juga uji F, dimana $T_{tabel}(1,66088)$ “harus lebih kecil” di bandingkan t_{hitung} dan $f_{tabel}(2,70)$ di pasrikan lebih kecil F_{hitung} , maka variable dapat dikatakan berpengaruh. Hasil analisis Brand image dengan $t_{hitung}1,893$ dimana lebih besar dari t_{tabel} , hasil analisis iklan online dengan $t_{hitung}5,674$ dimana “lebih besar dari” t_{tabel} , dan hasil analisis harga tidak berpengaruh untuk kinerja karyawan dengan $t_{hitung}0,744$ dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hasil uji F dinyatakan semua variable mempunyai pengaruh terhadap nilai F_{hitung} sebesar 61,535 serta taraf kesalahan 5% ($\alpha=0,05$) hasil signifikansi $0,000 < \alpha = 0,05$ dengan ditarik kesimpulan “ H_0 ditolak dan H_a diterima”.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2) pengaruh Brand Image, Harga, Iklan Online terhadap Peningkatan Penjualan Showroom Mobil Bekas Tangerang memperoleh R^2 square sejumlah 0,811 ataupun (81,1%) mempunyai pengaruh Brand image, Harga, dan Iklan Online secara simultan terhadap Peningkatan Penjualan sejumlah 64,7% serta sisanya 35,3%.”

I. PENDAHULUAN

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya melakukan penjualan produk kepada konsumen. Namun juga seperti apa produk yang di jualkan harus mempunyai nilai positif menciptakan kepuasan tersendiri dan menciptakan royal customer, maka profit perusahaan didapat dengan adanya pembelian yang berulang. pemasaran bertujuan membangun sebuah produk yang sejalan dengan kehendak pelanggan dengan menarik pelanggan baru”, mendistribusikan, membuat harga menarik, produk yg di dapatkan mudah, dipromosikan secara efektif juga mempertahankan pelanggan , memegang prinsip kepuasan pelanggan. Produk merupakan barang barang yang jual untuk mendapatkan diperhatikan, dibutuhkan, dibeli, dicari dipakai, atau dikonsumsi.

Produk adalah pusat kegiatan pemasaran, merupakan hasil dari suatu perusahaan untuk di konsumsi oleh pasar dan adalah usaha dari perusahaan mendapatkan tujuan dari perusahaannya. Produk yg di jual harus berbeda dibandingkan dengan produk dari perusahaan lain, seperti dari segi kualitas, harga desain kemasan juga peayanan penjualan agar konsumen tertarik untuk membeli

Pada era saat ini alat transportasi menjadi salah kebutuhan banyak orang, salah satunya yaitu mobil atau kendaraan roda empat, kegunaannya mulai dari menjadi penunjang aktivitas atau mobilitas sehari hari hingga menjadi pendukung dalam sebuah kegiatan usaha atau sebuah bisnis. Dari banyaknya kebutuhan dan di ikuti pekembanagannya dalam dunia otomotif bisnis jual beli mobil bekas adalah salah satu peluang yang bagus dan sangat banyak di jalani oleh pelaku usaha atau binsnis saat ini dan mempunyai peluang yang sangat bagus.

Pesatnya pertumbuhan atau perkembangan di dunia otomotif dan semakin meningkatnya persentase angka penjualan mobil baru, akan berefek juga terhadap penjualan mobil bekas. Calon pembeli dengan keungan yang minim mereka akan lebih tertarik pada mobil bekas dengan pemakaian dan kondisi yg masih bagus. Pertimbangannya adalah dengan harga yang sudah turun dan jauh lebih murah di bandingkan dengan harga barunya. hal ini dapat menjadi kebiasaan baru dan merubah cara konsumen yang tadinya mau membeli mobil baru karena mencari harga yang murah dan terjangkau juga kelebihan yang ditawarkan dari mobil bekas yang di jual oleh showroom.

Dalam dunia bisnis, brand image dapat menentukan persepsi atau cara pandang konsumen terhadap sebuah produk yg ingin mereka beli. Brand image yang masih kurang baik juga akan menimbulkan sebuah masalah menjadi sebuah hal yang penting dan akan menjadi suatu perhatian yang serius dalam sebuah pemasaran produk. hal ini akan bisa terjadi jika Sebuah tanggapan atau penilaian yang masih kurang baik pada brand produk yang di pasarkan.

Pemasaran, harga merupakan salah satu hal terpenting. karena harga menjadi suatu nilai dari produk yang di jual..Harga akan berpengaruh pada kualitas jenis dan merek yang di tawarkan, maka dari ini ada beberapa strategi yang di lakukan oleh showroom mobil bekas dalam penjualannya, dengan harga yang lebih murah dari harga mobil baru namun dengan kualitas atau kondisi mobil yg masih baik. Memberikan berapa pilihan harga sesuai dengan merek dan tahun yang di pasarkan agar konsumen mendapatkan pilihan dari berbagai pilihan harga. Harga juga akan menjadi sebuah pertimbangan oleh konsumen pada saat pembelian, dengan nominal yang dibayarkan di bandingkan dengan produk yang di dapat.

Pemasaran, harga merupakan salah satu hal terpenting. karena harga menjadi suatu nilai dari produk yang di jual..Harga akan berpengaruh pada kualitas jenis dan merek yang di tawarkan, maka dari ini ada beberapa strategi yang di lakukan oleh showroom mobil bekas dalam penjualannya, dengan harga yang lebih murah dari harga mobil baru namun dengan kualitas atau kondisi mobil yg masih baik. Memberikan berapa pilihan harga sesuai dengan merek dan tahun yang di pasarkan agar konsumen mendapatkan pilihan dari berbagai pilihan harga.

Promosi adalah kegiatan pemasaran dengan tujuan umeningkatkan permintaan. Memberikan sebuah informasi produk kepada calon pembeli dan menawarkan kebutuhan konsumen. Dengan berbagi media demi menarik konsumen maupun pasar yang lebih luas, dengan kegiatan promosi peluang untuk menjual dan mendapatka keuntungan semakin lebih besar. Salah satunya pada saat ini media promisi yang biasa dia lakukan adalah melalui iklN. Saat ini mempunyai peran besar terhadap perusahaan yg memasakan produknya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Citra Merek

Menurut (Wisnblit, 2020, p. 75) Menyatakan bahwa :

citra merek ialah tanda, istilah, nama, desain, simbol, atau kombinasi dari perihal tersebut agar melakukan identifikasi jasa atau barang dari seorang individu ataupun sekelompok penjual serta dalam memberikan perbedaan dari jasa dan barang kompetitor.

Berdasarkan (Wisnblit, 2020, p. 53) menjelaskan bahwa :

Citra merek menggambarkan perasaan yang ada pada pelanggan serta usaha mengenai semua organisasi dan produk ataupun lini produk personal.

Berdasarkan (Wisnblit, 2020, p. 36) menjelaskan bahwa :

citra merek ialah sebuah gambaran yang berlainan yang ada pada merek pada benak pelanggan.

Harga

Berdasarkan (Kotler dan Armstrong, 2012, p. 90) Menyatakan bahwa :

Harga (price) ialah total yang ditagih dari sebuah jasa atau produk, lebih luas kembali harga ialah total seluruh nilai yang diberi oleh konsumen dalam memperoleh profit dari menggunakan atau memiliki sebuah jasa atau produk.

Berdasarkan (Andi, 2015b, p. 95) Menyatakan bahwa :

Harga ialah faktor pokok yang dapat berpengaruh pada pilihan seseorang pembeli, harga cukup mempunyai peranan dalam menetapkan pembelian pelanggan, maka dari itu sebelum menentukan sebuah harga, seharusnya perusahaan meninjau sebagian refrensi harga sebuah produk yang dirasa cukup besar pada penjualan.

Berdasarkan (Basu Swastha & Irawan, 2005, p. 76) menjelaskan bahwa :

Harga adalah total uang (ditambahkan sebagian produk jika memungkinkan) yang diperlukan dalam memperoleh beberapa kombinasi dari produk dan pelayanan tersebut.

Iklan Onlie

Menurut (Schlosser dan Shavin, n.d., p. 67) menyatakan bahwa :

Adalah wujud konten komersial di internet yang dirancang oleh pengusaha dalam menyampaikan terhadap pelanggan mengenai jasa atau produk. Internet advertising dapat dikirim melalui banyak saluran (seperti permainan interaktif atau pesan email, serta lainnya) pada bermacam wujud (seperti video klip, audio atau print).

Berdasarkan (Strauss dan Frost, 2013, p. 56) menjelaskan bahwa :

internet advertising ialah komunikasi non personal yang sifatnya persuasif, menyampaikan mengenai ide atau produk oleh sponsor tertentu.

Menurut (Walmsley, 2013, p. 98) menjelaskan bahwa :

Iklan adalah media komunikasi persuasif yang dibuat dalam menghasil respon dan membantu dalam meraih sasaran objektivitas ataupun pemasaran.

Peningkatan Penjualan

Menurut (Kotler, 2000, p. 60) menjelaskan bahwa :

volume penjualan ialah barang yang terjual berbentuk uang dalam jangka waktu tertentu serta didalam tersebut memiliki strategi layanan yang optimal.

Menurut (Swastha dan Irawan, 1999, p. 107) menjelaskan bahwa :

volume penjualan adalah level penjualan optimum yang dapat diraih oleh penjual.

Menurut (Freddy Rangkuti, 2009, p. 207) menjelaskan bahwa :

volume penjualan ialah peraian yang dikatakan secara kuantitatif dari segi volume atau fisik atau unit sebuah produk.

III. METODE

Jenis Penelitian

Pada riset ini peneliti mempergunakan teknik riset dengan kuantitatif. Riset kuantitatif yakni teknik riset yang menurut dalam filsafat positivisme, dipergunakan bagi riset yang sampel atau populasi tertentu, penarikan data mempergunakan instrumen riset, menghimpun data, yang bertujuan dalam melakukan pengujian hipotesis yang telah diimplementasikan

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data-data yang diperlukan pada riset ini terbagi atas data sekunder dan data primer. Data primer ialah data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh penulis secara langsung dari sumber data tersebut. Data primer dinamakan dengan data baru atau data asli yang mempunyai sifat up to date. Dalam memperoleh data Primer harus menghimpunnya

dengan langsung. Metode yang dapat dipergunakan dalam menghimpun data primer diantaranya wawancara, observasi, penyebaran kuesioner dan diskusi terfokus.

2. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang telah dihimpun yang bermaksud disamping menuntaskan permasalahan yang sedang dialami. Data ini didapat dengan cepat. Pada riset ini yang dijadikan sumber data sekunder ialah artikel, literatur, jurnal situs di internet yang berkaitan dengan riset yang dilaksanakan

Populasi dan Sample

3. Populasi

Menurut (Sugiyono 2017, p. 80) mengatakan :

Populasi ialah “daerah generalisasi yang terbagi atas objek yang berkualitas dan karakter tertentu” di tentukan oleh penulis agar di pelajari dan dibuat kesimpulan. Populasi juga bukan sekedar jumlah pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapmeliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

Maka dari itu penulis mengambil seluruh populasi di Showroom mobil bekas tangerang OTOTRAC yang berjumlah 130 karyawan.

4. Sampel

Sampel ialah bagian dari total ataupun karakteristik tertentu yang ditarik dari sebuah populasi yang ada pada Showroom mobil bekas tangerang OTOTRAC. Jika populasi besar, riset tidak mungkin menarik seluruh populasi agar diamati, sementara penetapan ukuran sampel pada riset ini mempergunakan persamaan Lemeshow (1997), perihal ini disebabkan total populasi tidak diketahui.

Teknik Analisis Data

1. Pengujian Data Penelitian

a. Uji Validitas

Berdasarkan (Sugiyono, 2017c, p. 136) menjelaskan bahwa :

Validitas adalah tingkat ketepatan diantara data yang ada dalam objek riset dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penulis.” Pertanyaan yang di uji validitas tersebut dilakukan korelasi dengan skor ordinal semua item, bila koefisien korelasi ini positif, sehingga item ini valid, sementara bila negatif sehingga tidak valid yang lalu akan dikeluarkan atau digantikan dari kuesioner.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipergunakan dalam menelusuri pada alat pengumpul data ini memperlihatkan tingkat keakuratan, tingkat ketepatan, konsistensi atau kestabilan untuk memberikan pengungkapan gejala tertentu dari satu kelompok orang meski dijalankan pada waktu berlainan.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bermaksud dalam melakukan pengujian pada model regresi, variabel residual atau pengganggu berdistribusi normal. Ditinjau bahwa pengujian t dan F memberikan asumsi bahwa nilai residual mengarah pada distribusi normal. Jika asumsi di langgar sehingga pengujian statistika atas tidak valid bagi total sampel yang rendah ((Ghozali, 2018c, p. 161) Pengujian normalitas ini dijalankan dengan statistika dengan memakai alat

Analisa *One Sample Kolomogorov-Smirnov* (K-S).

Pengujian K-S dilaksanakan dengan menyusun hipotesis :

Pengujian K-S dilaksanakan dengan menyusun hipotesis :

H_0 : Data residual terdistribusi normal H_A : Data residual terdistribusi normal

Bila nilai signifikansi > 0.05 sehingga H_0 diterima maknanya data residual terdistribusi normal serta sebaliknya bila nilai signifikan < 0.05 sehingga H_0 di tolak maknanya data residual terdistribusi tidak normal(Ghozali, 2018d, p. 187)

b. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolinearitas bermaksud dalam melakukan pengujian pada model regresi ditemui terdapat korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2017, p. 107). Pengujian multikolinearitas dapat ditinjau dari variance inflation factor (VIF) dan nilai tolerance. Multikolinearitas dapat di deteksi dengan nilai *cutoff* yang memperlihatkan nilai tolerance $> 0,1$ ataupun setara nilai VIF < 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018a, p. 137) Pengujian heteroskedastisitas bermaksud melakukan pengujian pada model regresi ada pertidaksamaan variance dari residual satu observasi ke observasi yang lain. Bila nilai signifikansi tersebut $> 0,05$ sehingga model regresi tidak ada heterokedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas yang dipergunakan pada model regresi ini ialah teknik white yang dijalankan dengan memberikan regresi residual kuadrat selaku variabel terikat ditambahkan dengan kuadrat variabel bebas, lalu ditambah kembali dengan perkalian dua variable

3. Analisis Data Model Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan (Ghozali2016:8) mengatakan bahwa :

Analisis ini digunakan dalam memberikan prediksi nilai dari variabel terikat jika nilai variabel bebas terjadi kenaikan ataupun penurunan dan dalam menelusuri arah hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat apakah setiap variabel memiliki hubungan yang negatif atau positif.

b. Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan (Ghozali2016:8) mengatakan bahwa :

Korelasibergandadipakai bagi duavariabel bebas dan satu terikat. Jika nilai R semakin dekat nilai 1 sehingga hubungan semakin kuat namun bila nilai R dekat 0 sehingga hubungansempinlemah.

c. Analisa Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan (Ghozali 2016: 95) menjelaskan bahwa :

Hal ini adalah ukuran dalam menelusuri ketepatanatau kesesuaian diantara nilai dugaan ataupun garis regresi dengan data sampel.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji T)

Berdasarkan (Ghozali2016:97) menjelaskan bahwa :

Ujiparsialatau UjiTdilaksanakan yang bermaksuddalam menelusuri pengaruhdengan terpisah diantaravariabelindependen kepada variabeldependen. Penarikan keputusan uji coba:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak

b. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan (Ghozali2016:96) menjelaskan bahwa :

Ujisimultanataupun UjiFdilaksanakan dalam melakukan pengujian apakah variabelindependen mempengaruhi secarabersamaan kepada variabelterikat. Dasarpenarikan keputusanuji coba ialah

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima
2. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak

IV. HASIL

1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 ^a	.658	.647	2.69270	2.317

a. Predictors: (Constant), Iklan Online, Brand Image, Harga

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Sumber : hasil data SPSS V.26

Dari data tabel diatas dapat dijelaskan nilai koefisien korelasi (R) dengan nilai positif sebesar 0,811, *R Square* sebesar 0,658 dan *adjusted R* sebesar 0,647. Maka hal ini berarti Brand Image, Harga, Iklan Online memiliki pengaruh sebesar 64,7% terhadap Peningkatan Penjualan, sedangkan sisanya sebesar 35,3%.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat indikasi antara variabel bebas yang berefek yang kuat kepada variabel dependent karena kemampuan variabel independent yang mampu memberikan pengertian dan informasi yang cukup kuat dalam memberikan prediksi serta mempengaruhi variabel terikat.

2. Tabel Uji Hipotesis Uji T

Table IV.1 Coefficients^a

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.583	2.317		1.978	.051			
	Brand Image	.204	.108	.196	1.893	.061	.334	2.997	
	Harga	.083	.111	.084	.744	.459	.278	3.602	
	Iklan Online	.584	.103	.583	5.674	.000	.338	2.958	

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan
 Sumber : hasil data SPSS V.26

a. Pengaruh Brand Image Terhadap Peningkatan Penjualan

Berdasarkan tabel diatas hasil uji T didapat nilai signifikasi variabel Brand Image sejumlah $0,000 < 0,05$ (tingkat signifikasi). Sehingga kesimpulannya bahwa H_1 diterima maknanya secara parsial variable Brand Image berpengaruh positif dan signifikasi terhadap Peningkatan Penjualan

Berikut ini dapat di Uji T dengan perhitungan seperti dibawah ini:

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 4 = 96$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dipergunakan pada riset

k = total variabel riset yang dipergunakan (X + Y)

Jadi, menurut perhitungan di atas nilai t_{tabel} (satu arah) sebesar 1,66088.

Maka dapat dinyatakan hasil dari Uji T menunjukkan nilai yang positif sehingga nilai dari t_{tabel} dipositifkan sehingga hasil ini memperlihatkan arah yang positif. Serta temuan pengujian T pada riset ini yakni H_a diterima dan H_o ditolak yang bernilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ataupun $1,893 > 1,66088$, bahwa variabel bebas Brand Image (X_1) , Memiliki pengaruh tapi tidak signifikan terhadap Peningkatan Penjualan(Y) dengan arah positif. Maka hipotesis yang dimasukkan pada riset H_1 diterima atau H_a diterima.

b. Pengaruh Harga Terhadap Peningkatan Penjualan

Menurut tabel tersebut hasil pengujian T didapat nilai signifikasi variabel Harga sebesar $0,000 < 0,05$ (taraf signifikasi). Sehingga kesimpulannya bahwa H_2 diterima artinya secara parsial variabel Harga mempengaruhi signifikasi dan positif kepada Peningkatan Penjualan

Berikut ini dapat di Uji T dengan perhitungan seperti dibawah ini:

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 4 = 96$$

Keterangan :

n = Total sampel yang dipergunakan pada riset

k = Total variabel riset yang dipergunakan ($X + Y$)

Jadi, menurut perhitungan tersebut nilai t_{tabel} (satu arah) sejumlah 1,66088.

Maka dapat dinyatakan hasil dari Uji T menunjukkan angka positif nilai dari t_{tabel} dipositifkan maka dinyatakan hasil ini memperlihatkan arah yang positif. Serta hasil pengujian T pada riset ini yakni H_a diterima dan H_o ditolak yang bernilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $0.744 < 1,66088$, bahwa variabel Harga (X_2) tidak mempengaruhi positif kepada Peningkatan Penjualan (Y) Maka hipotesis yang dimasukan pada riset H_3 ditolak atau H_a ditolak

c. Pengaruh Iklan Online Terhadap Peningkatan Penjualan

Menurut tabel tersebut temuan pengujian T didapat nilai signifikasi variable Iklan Online sejumlah $0,000 < 0,05$ (taraf signifikasi). Sehingga kesimpulannya bahwa H_2 diterima makannya secara parsial variabel Rekrutmen mempengaruhi signifikasi dan positif kepada Peningkatan Penjualan

Berikut ini dapat di Uji T dengan perhitungan seperti dibawah ini:

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 4 = 96$$

Keeterangan :

n = sampel yang dipakai didalam penelitian

k = banyak nya jumlah variabel riset yang dipakai ($X + Y$)

Jadi, berdasarkan hitungan tersebut nilai t_{tabel} (satu arah) sebesar 1,66088.

Maka dapat dinyatakan hasil dari Uji T menunjukkan angka yang positif sehingga nilai dari t_{tabel} dipositifkan maka dinyatakan temuan ini memperlihatkan arah yang positif. Serta temuan pengujian T pada riset ini yakni H_a diterima dan H_o ditolak yang bernilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5.674 > 1,66088$, bahwa variabel Iklan Online (X_3) berpengaruh positif terhadap Peningkatan Penjualan (Y) Maka hipotesis yang dimasukan pada riset H_3 diterima atau H_a diterima

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1338.500	3	446.167	61.535	.000 ^b
	Residual	696.060	96	7.251		
	Total	2034.560	99			

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

b. Predictors: (Constant), Iklan Online, Brand Image, Harga

Sumber : hasil data SPSS V.26

Dari data tabel diatas dapat disimpulkan Brand Image (X1) , Harga (X2) , dan Iklan Online (X3) kepada Peningkatan Penjualan (Y) adalah dari tabel diperoleh F_{hitung} sejumlah 61.535 yang bernilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{hitung} 61.535 > F_{tabel} 2,70 serta nilai sig 0,000 < nilai probabilitass 0,05 bisa disimpulkan hipotesis dapat diterima atau dengan kata lain Brand Image (X₁), Harga (X₂), dan Iklan Online (X₃) secara simulltan mempengaruhi kepada Peningkatan Penjualan (Y)

V. KESIMPULAN

Menurut temuan riset dan bahasan perihal “ Pengaruh Brand Image, Harga, dan Iklan Online Terhadap Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Pada Showroom Mobil Bekas Tangerang) “, sehingga hasil yang didapat ialah seperti dibawah ini:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (pengujian T) menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Brand Image dinyatakan memiliki atau mempengaruhi namun tidak terlalu signifikan kepada Peningkatan Penjualan pada Showroom Mobil Bekas Tangerang. Bisa ditinjau dari variabel Brand Image yang bernilai signifikasi sejumlah 0,000 kurang dari 0,05 ataupun 5% maka $0,000 < 0,05$ atau yang bernilai t_{tabel} atau $1,893 > 1,66088$.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesiss (pengujian T) menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Harga dinyatakan tidak mempengaruhi atau tidak signifikan kepada Peningkatan Penjualan pada Showroom Mobil Bekas Tangerang. Dapat ditinjau dari variabel harga yang bernilai signitfikasi sejumlah 0,000 yang kurang dari 0,05 ataupun 5% maka $0,000 < 0,05$ ataupun yang bernilai t_{tabel} ataupun $0,744 > 1,66088$.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (pengujian T) menunjukkan bahwa variabel independent yakni Iklan Online terbukti berrpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada Showroom Mobil

Bekas Tangerang bisa dilihat dari variabel iklan online yang bernilai signifikasi sejumlah 0,000 yang kurang dari 0,05 ataupun 5% maka $0,000 < 0,05$ ataupun yang bernilai t_{tabel} atau $5,674 > 1,66088$.

4. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Brand Image (X1), Harga (X2), dan Iklan Online (X3) mempunyai hubungan yang berpengaruh dan mempunyai hubungan yang konkret kepada Peningkatan penjualan (Y).

Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel disebarkan dimana Model 1 Kolom R Square variabel Brand Image, Harga, dan Iklan Online menunjukkan angka 0,658 R Square disebut juga dengan koefisien determinasi. Perihal ini bermakna besar hubungan Brand Image, Harga, dan Iklan Online adalah sebesar 65,8% sedangkan sisanya ($100\% - 65,8\% = 34,2\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. R Square berkisaran pada angka 0 sampai 1, semakin besar angka R Square menunjukkan semakin kuat hubungan antara variabel dan begitu sebaliknya.

Sedangkan dengan uji F, diperoleh F_{hitung} untuk model 1 adalah $61,535 > 3,09$ dan nilai signifikan sejumlah $0,000 < 0,05$, $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi kesimpulannya bahwa secara simultan (bersamaan) variabel Brand Image (X1), Harga (X2), dan Iklan Online (X3) mempengaruhi signifikan kepada variabel Peningkatan Penjualan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Adhita Maharani Dewi. (2018). Penelitian Terdahulu 2. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(1), 1–22.
- Ahda Segati. (2018). *Penelitian Terdahulu 1*.
- Andi. (2015a). pengertian harga. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Andi. (2015b). *pengertian harga*. 95.
- Baig Pariatul Aeni dan Didin Hadi saputra. (2018). Hasil penelitian terdahulu. *Al Tijarah*, 4(1), 35. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v4i1.2371>
- Basu Swastha & Irawan. (2005). *pengertian harga*. 76.
- Cutler (Haryono, 2018). (2018). Cutler (Haryono, 2018),. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Freddy Rangkuti. (2009). *Pengertian Peningkatan Penjualan*. 207.
- Ghozali. (2018). Uji Heteroskedastisitas. 23 Januari 2013, 1–7. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Intan Puspitasari, Harry J. Sumampouw, dan Aneke Y. Punuindoong. (2018). Penelitian Terdahulu 3. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(002), 269364.
- Keller, A. &. (2018). *Tujuan dan Fungsi Citra Merek*. V(1), 61–75.
- Kotler. (2000). *fakto*. 5.
- manaf. (2016). *Jurnal Mandiri*, 2(2), 263–280. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v2i2.43>
- Nurani. (2019). Jurnal penelitian terdahulu. *Jurnal BENEFIT*, 6(1), 58–66. <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/267/247>
- Poniman & Choerudin. (2017). *Pengertian Manajemen Pemasaran*. 7.
- Priyastama, R. (2017). *Uji Reliabilitas*. 15(2), 23.
- Swastha. (2001). *Faktor Mempengaruhi Peningkatan Penjualan*.
- Swastha dan Irawan. (1999). *Pengertian Peningkatan Penjualan*.

Venkatesh dan Penaloza (Fandy Tjiptono, 2017). (2017). *Venkatesh dan Penaloza (Fandy Tjiptono,2017)*. 1–72.

Walmsley. (2013). *Pengertian Iklan Online Manajemen Pemasaran*. 9, 22–52.

Wisnblit, S. dan. (2020). *Pengertian Citra Merek*. 9(021), 113–123

Pengaruh Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas, Dan Kesulitan Keuangan Terhadap Konservatisme Akuntansi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020

Julieta Arianti Hari¹⁾, Peng Wi²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾julietahari9@gmail.com

²⁾peng.wie@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Solvabilitas
Ukuran Perusahaan
Kepemilikan Manajerial
Ukuran Dewan Komisaris
Profitabilitas
Kesulitan Keuangan
Konservatisme Akuntansi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh solvabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, ukuran komite, profitabilitas dan kesulitan keuangan terhadap konservatisme akuntansi pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020, dan metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Sampel dari 11 perusahaan diperoleh selama periode 5 tahun, sehingga total sampel menjadi 55, berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, dan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil secara parsial menunjukkan bahwa variabel seperti solvabilitas, ukuran perusahaan, ukuran dewan, profitabilitas dan kepemilikan manajemen tidak mempengaruhi konservatisme akuntansi. Variabel financial distress berpengaruh positif terhadap konservatisme neraca. Hal ini juga menunjukkan bahwa solvabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, ukuran komite, profitabilitas dan kesulitan keuangan tidak mempengaruhi konservatisme akuntansi.

I. PENDAHULUAN

Di era perkembangan ekonomi yang pesat, laporan keuangan yang disusun oleh perusahaan berdasarkan prinsip akuntansi dan pengelolaan keuangan memerlukan informasi yang jelas dan mudah dipahami. Ada beberapa jenis laporan keuangan untuk sektor bisnis, antara lain laporan laba rugi, neraca, arus kas, perubahan modal, dan catatan atas laporan keuangan. Semua laporan keuangan ini memberikan gambaran tentang keadaan perusahaan, sehingga memudahkan pihak yang berkepentingan untuk melihat atau mengevaluasi kinerja perusahaan.

Konservatisme akuntansi adalah standar di mana akuntan atau profesional melihat laporan keuangan dan aktivitas perusahaan untuk mengukur aset dan keuntungan, berjalan dengan hati-hati karena kegiatan ekonomi dan bisnis dikelilingi oleh ketidakpastian. Menurut prinsip konservatisme akan berdampak pada kualitas angka-angka yang dilaporkan dalam neraca, laporan laba rugi dan laporan keuangan. Prinsip ini juga menyebabkan laba dan aset menurun, sedangkan beban dan utang cenderung lebih tinggi.

Masih terdapat konservatisme akuntansi dalam perkembangannya, karena perusahaan tidak mengikuti prinsip kehati-hatian dalam penyusunan laporan keuangannya. Konservatisme kinerja rendah, misalnya perusahaan dengan saham besar dan konservatisme rendah untuk mencegah harga saham jatuh. Oleh karena itu, konsep konservatisme akuntansi tidak berlaku. Tingkat akuntansi konservatif bervariasi dari perusahaan ke perusahaan tergantung pada pilihan metode akuntansi dan kondisi perusahaan.

Banyak organisasi menggunakan fenomena konservatisme akuntansi dalam keuangan mereka. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman akan pentingnya konservatisme akuntansi bagi eksistensi perusahaan. Di bawah ini adalah beberapa kasus penipuan rekening tahun pertama. Envy Technologies Financial Tbk (ENVY) telah merevisi laporan keuangan anak perusahaannya. Laporan keuangan Global Retail Solutions (RGS) 2019. Kemudian Global

Retail Solutions dikonsolidasikan dalam laporan keuangan. Envy Technologies Financial Tbk tahun 2019. Keuangan. Envy Technologies Financial Tbk mengatakan bahwa manajemen tidak yakin tentang proses pada saat itu, maka laporan konsolidasi.

Neraca Garuda Financial (Persero) Tbk telah melakukan 2 pelanggaran neraca. pelanggaran pertama Garuda Financial (Persero) Tbk dikenal mencatatkan nilai penerima di tahun 2018. Mahata Aero Technology (Mahata) memiliki omzet US\$ 239 juta atau Rs. 3,5 triliun. Kedua kanan. Garuda Financial (Persero) Tbk tidak bisa menjelaskan mengapa dua komisaris Garuda, Tanjung dan Doni Oskaria, melanggar standar OJK dan menolak menandatangani laporan keuangan. Terutama keuangan. Garuda Financial (Persero) Tbk Pasal 69 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UU PM), Bapepam dan Keputusan LK Nomor VIII.G.7 tentang Penyampaian dan Keterbukaan Rekening Emiten dan Perusahaan Publik, Akuntansi Keuangan standar melanggar interpretasi (ISAK).

II. TINJAUAN PUSTAKA

Konservatisme Akuntansi

Menurut (Savitri, 2016) menyatakan bahwa:

”Konservatisme akuntansi adalah suatu paham yang mengakui biaya dan kewajiban sesegera mungkin, meskipun hasilnya tidak pasti, tetapi hanya mengakui pendapatan dan aset pada saat pasti akan diterima”.

Menurut Smith dan Skousen (Savitri, 2016) menyatakan bahwa:

”Sebagai aturan, konservatisme didefinisikan ketika tidak pasti pilihan mana yang memiliki efek paling kecil pada ekuitas pemilik”.

Menurut watts (Savitri, 2016) menyatakan bahwa:

”Konservatisme dicirikan oleh perbedaan antara jumlah verifikasi yang diperlukan untuk mengidentifikasi untung dan rugi”.

Solvabilitas

Menurut (Setiawan, 2022) menyatakan bahwa:

”Rasio Solvabilitas adalah rasio yang financial bagaimana kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka panjangnya”.

Menurut (Muslichah, 2021) menyatakan bahwa:

”Rasio Solvabilitas adalah rasio yang financial kemampuan entitas dalam memenuhi segala kewajiban baik jangka panjang maupun jangka pendek pada saat entitas dilikuidasi”.

Menurut (Hery, 2015) menyatakan bahwa:

”Rasio solvabilitas atau rasio solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang. Perusahaan dengan tingkat solvabilitas yang tinggi atau memakai hutang yang terlalu banyak dapat membahayakan perusahaan, hal tersebut membuat perusahaan terjebak dalam tingkat hutang yang besar dan akan kesulitan untuk melepaskan beban hutang. Penggunaan hutang yang terlalu banyak dalam perusahaan dikhawatirkan dapat terjadinya penurunan laba perusahaan. Karena itu perusahaan harus dapat mengelola rasio solvabilitas dengan baik sehingga dapat menyeimbangkan keuntungan yang didapat dengan tingkat resiko yang dihadapi rendah”.

Ukuran Perusahaan

Menurut Shoclichah (Hery, 2017) menyatakan bahwa:

“Ukuran perusahaan dapat dipahami sebagai perbandingan ukuran bisnis suatu perusahaan atau organisasi”.

Menurut Ernawati and Widyawati (Hery, 2017) menyatakan bahwa:

“Ukuran perusahaan menentukan ukuran perusahaan, yang dapat dinyatakan dalam bentuk total aset atau total penjualan bersih”.

Menurut Prasetyorini (Hery, 2017) menyatakan bahwa:

“Ukuran perusahaan adalah skala dimana ukuran suatu perusahaan dapat dikategorikan berdasarkan beberapa faktor, seperti total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain”. Menurut temuan yang ditunjukkan di atas, ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat total aset dan total penjualan bersihnya, dan kemudian membandingkan angka-angka tersebut dengan kapitalisasi pasarnya.

Kepemilikan Manajerial

Menurut (YULQINA, 2019) menyatakan bahwa:

”Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham bisnis oleh manajemen perusahaan, dan kepemilikan saham ini dapat dicapai melalui bonus”.

Menurut (Yuliarti, 2017) menyatakan bahwa:

”Kepemilikan saham adalah alat yang digunakan manajer untuk bertindak demi kepentingan terbaik perusahaan, karena persentase saham perusahaan dimiliki oleh masing-masing manajemen secara individual dalam kepemilikan saham”.

Menurut (Sugiarto, 2009):

“Kepemilikan manajemen adalah pihak yang mengatur perusahaan yang berperan aktif dalam menentukan pilihan kegiatan organisasi. Keputusan untuk menjalankan perusahaan”.

Ukuran Dewan Komisaris

Menurut (Yuliarti, 2017) menyatakan bahwa:

“Dewan komisaris mengawasi dan memberikan nasihat dan arahan kepada eksekutif perusahaan”.

Menurut (MAIMIATI, 2017) menyatakan bahwa:

“Ukuran dewan komisaris menentukan apakah manajemen telah mencapai tanggung jawabnya untuk membangun dan memelihara pengendalian internal”.

Menurut (INDRAYATI, 2010) menyatakan bahwa:

“Jumlah anggota dewan komisaris sudah sesuai untuk melaksanakan tugasnya”.

Profitabilitas

Menurut (Muslichah, 2021) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas digunakan untuk menentukan kapasitas entitas untuk menghasilkan keuntungan relatif terhadap penjualan, aset, keuntungan, dan modal sendiri”.

Menurut (Hery, 2015) menyatakan bahwa:

“Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari operasi bisnis rutin”.

Menurut (Wardiyah, 2017) menyatakan bahwa:

“Profitabilitas adalah rasio ini, juga dikenal sebagai rasio profitabilitas, yang digunakan untuk mengukur kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan membandingkan pendapatan dengan aset atau modal yang menghasilkan keuntungan tersebut”.

Kesulitan Keuangan

Menurut (Suprihatin, 2019) menyatakan bahwa:

“Financial distress adalah Ketika suatu perusahaan mengalami kemerosotan keuangan dan mulai tidak dapat memenuhi komitmennya, terutama yang bersifat jangka pendek, maka perusahaan tersebut diklasifikasikan mengalami kesulitan keuangan”.

Menurut (ALWADIYAH, 2020) menyatakan bahwa:

“Financial distress adalah periode memburuknya situasi keuangan sebelum kebangkrutan atau likuidasi”.

Menurut (Septianto, 2016) disebutkan:

“Masalah keuangan adalah masalah keuangan perusahaan yang timbul dari masalah solvabilitas (kebangkrutan teknis), ketika perusahaan untuk sementara tidak dapat memenuhi kewajiban keuangannya, sampai masalah pembayaran (kebangkrutan) tercapai ketika kewajiban keuangan perusahaan melebihi asetnya”.

III. METODE

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data sekunder. Data yang diperlukan untuk penelitian, data kuantitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk angka atau skala numerik (angka), sedangkan data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, seperti dari buku, jurnal, homepage internet, dan data data referensi lainnya. berhubungan dengan pelajaran ini. Data sekunder bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan disajikan dalam bentuk laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Penulis memperoleh data laporan tahunan perusahaan melalui website lama Bursa Efek Indonesia www.idn.financial.com.

Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2016– 2020	39
2.	Perusahaan makanan dan minuman yang mengeluarkan laporan keuangan tahunan secara tidak lengkap selama periode 2016-2020	(17)
3.	Penghapusan daftar perusahaan yang tidak terdistribusi normal pada saat diuji dalam SPSS versi 25	(11)
Jumlah sampel penelitian		11
Jumlah data observasi tahun penelitian (5 tahun)		55

Sumber : Data diolah 2022

Teknik Pengumpulan Data

Metode dokumenter atau studi kasus adalah dua metode pengumpulan data partisipatif. Data dari laporan keuangan tahunan perusahaan antara tahun 2016 hingga 2020 dan dari website perusahaan dan www.idn.finance.com digunakan untuk penelitian berupa dokumen atau literatur. Sekitar waktu pengumpulan data, tinjauan seluruh sampel dihentikan. Dalam penelitian ini, penulis menguji pengaruh solvabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, ukuran dewan direksi, profitabilitas, dan kesulitan keuangan terhadap konservatisme akuntansi.

IV. HASIL

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.302	.292		-1.034	.306
Solvabilitas	.041	.028	.316	1.458	.151
Ukuran Perusahaan	.008	.010	.216	.795	.431
Kepemilikan Manajerial	-.030	.039	-.122	-.779	.440
Ukuran Dewan Komisaris	.003	.008	.105	.399	.692
Profitabilitas	-.064	.096	-.126	-.665	.509
Kesulitan keuangan	.064	.024	.665	2.699	.010

a. Dependent Variable: Konservatisme Akuntansi

Berdasarkan gambar diatas maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0,302 + 0,041X_1 + 0,008X_2 - 0,030X_3 + 0,003X_4 - 0,064X_5 + 0,064X_6$$

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -0,302 artinya apa bila variabel solvabilitas (DER), ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profitabilitas (ROA), dan kesulitan keuangan bernilai nol (tidak ada) maka konservatisme akuntansi akan tetap bernilai -0, 302.
2. Nilai koefisien sebesar 0,041 artinya jika variabel solvabilitas (DER) naik sebesar satu satuan dan variabel ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profitabilitas (ROA), dan kesulitan keuangan bernilai nol maka konservatisme akuntansi mengalami kenaikan sebesar 0,041.

3. Nilai koefisien sebesar 0,008 artinya jika variabel ukuran perusahaan naik sebesar satu satuan dan variabel solvabilitas (DER), kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profitabilitas (ROA), dan kesulitan keuangan bernilai nol maka konservatisme akuntansi mengalami kenaikan sebesar 0,008.
4. Nilai koefisien sebesar -0,030 artinya jika variabel kepemilikan manajerial naik sebesar satu satuan dan variabel solvabilitas (DER), ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas (ROA), dan kesulitan keuangan bernilai nol maka konservatisme akuntansi mengalami penurunan sebesar 0,030.
5. Nilai koefisien sebesar 0,003 artinya jika variabel ukuran dewan komisaris naik sebesar satu satuan dan variabel solvabilitas (DER), ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, profitabilitas (ROA), dan kesulitan keuangan bernilai nol maka konservatisme akuntansi mengalami kenaikan sebesar 0,003.
6. Nilai koefisien sebesar -0,064 artinya jika variabel profitabilitas (ROA) naik sebesar satu satuan dan variabel solvabilitas (DER), ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, dan kesulitan keuangan bernilai nol maka konservatisme akuntansi mengalami penurunan sebesar 0,064.
7. Nilai koefisien sebesar 0,064 artinya jika variabel kesulitan keuangan naik sebesar satu satuan dan variabel solvabilitas (DER), ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, dan profitabilitas (ROA) bernilai nol maka konservatisme akuntansi mengalami kenaikan sebesar 0,064.

2. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.417 ^a	.174	.070	.05520480

a. Predictors: (Constant), Kesulitan keuangan, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, Ukuran Dewan Komisaris

b. Dependent Variable: Konservatisme Akuntansi

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,070 (7%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel solvabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan kesulitan keuangan dapat memprediksi pengaruh dalam konservatisme akuntansi sebesar 7%, sedangkan sisanya sebesar 93% diprediksi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti *Growth Opportunities* dan *Debt Covenant*.

3. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.302	.292		-1.034	.306
Solvabilitas	.041	.028	.316	1.458	.151
Ukuran Perusahaan	.008	.010	.216	.795	.431
Kepemilikan Manajerial	-.030	.039	-.122	-.779	.440
Ukuran Dewan Komisaris	.003	.008	.105	.399	.692
Profitabilitas	-.064	.096	-.126	-.665	.509
Kesulitan keuangan	.064	.024	.665	2.699	.010

a. Dependent Variable: Konservatisme Akuntansi

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel solvabilitas (X1) tidak berpengaruh terhadap konservatisme akuntansi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung (1,458) < T tabel (2,01174) dan tingkat signifikansi sebesar 0,151 > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Variabel ukuran perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap konservatisme akuntansi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung (0,795) < T tabel (2,01174) dan tingkat signifikansi sebesar 0,431 > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Variabel kepemilikan manajerial (X3) tidak berpengaruh terhadap konservatisme akuntansi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(-0,779) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,440 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
4. Variabel ukuran dewan komisaris (X4) tidak berpengaruh terhadap konservatisme akuntansi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(0,399) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,692 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
5. Variabel profitabilitas (X5) tidak berpengaruh terhadap konservatisme akuntansi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(-0,665) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,509 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
6. Variabel kesulitan keuangan (X6) berpengaruh positif terhadap konservatisme akuntansi (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(2,699) > T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.031	6	.005	1.680	.146 ^b
Residual	.146	48	.003		
Total	.177	54			

a. Dependent Variable: Konservatisme Akuntansi

b. Predictors: (Constant), Kesulitan keuangan, Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, Ukuran Dewan Komisaris

Berdasarkan gambar diatas dapat di ketahui F hitung $(1,680) < F \text{ tabel } (2,11)$ dan nilai signifikansi $0,146 > 0,05$ maka H_0 diterima dan ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel solvabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan kesulitan keuangan terhadap konservatisme akuntansi.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh solvabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, ukuran komite, profitabilitas dan kesulitan keuangan terhadap konservatisme akuntansi perusahaan manufaktur pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-selama 2020. Data penelitian ini menggunakan total 55 buah data dari 11 perusahaan. Analisis dilakukan dengan menggunakan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 25.

Dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Solvabilitas (DER) (X1) tidak berpengaruh terhadap Konservatisme Akuntansi (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(1,4481) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,351 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Ukuran Perusahaan (X2) tidak berpengaruh terhadap Konservatisme Akuntansi (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(0,711) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,481 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Kepemilikan Manajerial (X3) tidak berpengaruh terhadap Konservatisme Akuntansi (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(-0,800) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,428 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
4. Ukuran Dewan Komisaris (X 4) tidak berpengaruh terhadap Konservatisme Akuntansi (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(0,455) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,651 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
5. Profitabilitas (ROA) (X5) tidak berpengaruh terhadap Konservatisme Akuntansi (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(-0,816) < T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,419 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
6. Kesulitan keuangan (X6) berpengaruh positif terhadap Konservatisme Akuntansi (Y) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Hal ini dapat dilihat dari nilai T hitung $(2,785) > T \text{ tabel } (2,01174)$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

7. Solvabilitas (DER), ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, ukuran dewan komisaris, profitabilitas (ROA), dan kesulitan keuangan Bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap konservatisme akuntansi, hal ini dibuktikan dengan hasil uji F menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $F_{hitung} (1,680) < F_{tabel} (2,11)$ dan nilai signifikansi $0,146 > 0,05$ maka H_0 diterima dan ditolak..

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, adapun beberapa saran yang dapat diberikan dalam penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel lain yang berhubungan dengan konservatisme akuntansi seperti *growth opportunities* dan *debt covenant*, menambahkan subjek penelitian, menambah sampel yang akan diteliti, dan menambah periode penelitian yang akan diteliti agar dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai pengaruhnya terhadap konservatisme akuntansi.
2. Bagi perusahaan diharapkan penelitian ini memberikan gambaran untuk memahami konservatisme akuntansi dan jika diterapkan perusahaan dapat berguna untuk menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas dan menarik minat investor.
3. Sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan, seorang investor harus mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi laporan keuangan. Banyak perusahaan mengolah laporan keuangan untuk menutupi segala bentuk kerugian yang terjadi pada perusahaan manufaktur saat ini dan melihat perusahaan mana yang menganut prinsip kehati-hatian (*Conservatism*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Halim, M. M. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN, 2018.
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk penelitian manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Luxima Metro Media.
- Hery. (2015). *PENGANTAR AKUNTANSI*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hery. (2017). *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT Drasindo.
- Hery. (2019). *AKUNTANSI Aktiva = Utang + Modal*. Jakarta: PT Grasindo.
- INDRAYATI, M. R. (2010). PENGARUH KARAKTERISTIK DEWAN. 39.
- MAIMIATI, L. (2017). PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN, UKURAN DEWAN KOMISARIS., *PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN, UKURAN DEWAN KOMISARIS.,* 8.
- Muslichah. (2021). *AKUNTANSI MANAJEMEN TEORI DAN APLIKASI*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rahmat Hidayat Lubis, S. A. (2020). *PEMERIKSAAN AKUNTANSI I*. Jakarta: Kencana.
- Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta: Gramedia.
- Savitri, E. (2016). *Konservatisme Akuntansi*. Yogyakarta: Pustaka Shaila.
- Setiawan, T. (2019). *MAHIR AKUNTANSI*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Setiawan, T. (2022). *MAHIR AKUNTANSI UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Sugiarto. (2009). *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, permasalahan keagenan dan informasi asimetri*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syaiful Bahri, S. M. (2021). *AKUNTANSI MANAJEMEN TEORI DAN APLIKASI*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Wardiyah, M. L. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Abdurrahman, M. A., & Ermawati, W. J. (2019). Pengaruh Solvabilitas, Kesulitan keuangan dan Profitabilitas terhadap Konservatisme Akuntansi pada Perusahaan Pertambangan di Indonesia Tahun 2013-2017. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 9(3), 164–173. <https://doi.org/10.29244/jmo.v9i3.28227>
- ALWADIYAH, M. M. (2020). PENGARUH KESULITAN KEUANGAN DAN SOLVABILITAS TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijju.2020.02.034%0Ahttps://onlinelibr>

- ary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011%0Ahttps://doi.o
- Anam, H., & Liyanto, L. W. (2019). Proporsi Komisaris Independen, Dewan Komisaris, Kompetensi Komite Audit, Frekuensi Rapat Komite Audit Terhadap Konservatisme Akuntansi. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 130–149. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.53>
- Antono, D. R., & Sodikin, M. (2018). Pengaruh Kesulitan keuangan, Ukuran Perusahaan dan Solvabilitas Terhadap Konservatisme Akuntansi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2018. Retrieved from http://eprints.uwp.ac.id/id/eprint/1037/4/ARTIKE_ILMIAH.pdf
- Azizah, T. N., & Kurnia. (2021). Pengaruh Profitabilitas , Solvabilitas Dan Struktur Kepemilikan Manajerial Terhadap Penerapan Konservatisme Akuntansi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(5), 1–18. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4009>
- Dewi, N. K. S. L., & Suryanawa, I. K. (2014). Pengaruh Struktur Kepemilikan Manjerial, Solvabilitas, dan Kesulitan keuangan Terhadap Konservatisme Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 7(1), 223–234.
- Dinda Rahmadita Antono. (2021). Pengaruh Fianncial Distress, Ukuran Perusahaan Dan Solvabilitas Terhadap Konservatisme Akuntansi Pada Perusahaan Maunfaktor Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada tahun 2016-2018. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Firmasari, D. (2016). Pengaruh Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kesulitan keuangan Terhadap Konservatisme Akuntansi. *Universitas Airlangga*, 100.
- Kurniawan, C. F. (2019). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, DAN SOLVABILITAS TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019.
- Lestari, A. N. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Potensi Kesulitan keuangan Dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap Konservatisme Akuntansi Yang Dimoderasi Oleh Solvabilitas*. Retrieved from <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/46704>
- MAIMIATI, L. (2019). PENGARUH KOMISARIS INDEPENDEN, UKURAN DEWAN KOMISARIS, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KOMITE AUDIT, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN KEPEMILIKAN PUBLIK (MEKANISME GOOD CORPORATE GOVERNANCE) TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR . *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 78–94. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.53>
- Pradana, C. D. (2020). Pengaruh growth opportunities, solvabilitas, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, dan profitabilitas terhadap konservatisme akuntansi. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Rachman, Rasyadiar, Manik Tumpal, dan M. I. L. S. (2019). Pengaruh Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Konservatisme Akuntansi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Repository Umrah.Ac.Id*, 90(1), 1–17.
- RAHMAWATI, A. R. (2019). *PENGARUH TINGKAT KESULITAN KEUANGAN, TIGKAT HUTANG, RESIKO LITIGASI, DAN GROWTHOPPORTUNITIES TERHADAP KONSERVATISME AKUNTANSI. Narratives of Therapists' Lives*.
- Rizki, T., & Rahasyuningsih, D. (2021). Faktor Yang Mendukung Penerapan Konservatisme Akuntansi Perusahaan Manufaktur Di BEI. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 1(3), 169–184. Retrieved from <http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM>
- Sartika, A. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Intensitas Modal, Growth Opportunities, Debt Covenant, dan Political Cost terhadap. *Skripsi*.
- Septianto, H. (2016). Pengaruh Debt Covenant , Kesulitan keuangan , Risiko Litigasi Dan Growth Opportunities 1437 H / 2016 M. *Skripsi UIN Syarif HHidayatullah Jakarta*. Retrieved from http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35660/1/HERY_SEPTIANTO-FEB.pdf
- Sulastri, S., & Anna, Y. D. (2018). Pengaruh Kesulitan keuangan Dan Solvabilitas Terhadap Konservatisme Akuntansi. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 14(1), 59–69. <https://doi.org/10.24127/akuisisi.v14i1.251>

- Sumiari, K. N., & Wirama, D. G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Konservatisme Akuntansi Dengan Solvabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(4), 749–774.
- Suprihatin, L. (2019). Pengaruh Kesulitan keuangan, Solvabilitas, dan Intensitas Modal terhadap Konservatisme Akuntansi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- TARIGAN, E. P. P. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Sales Growth, dan Ukuran Perusahaan terhadap Konservatisme Akuntansi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. *Universitas Sumatera Utara*. Retrieved from <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/30936>
- Yuliarti, D. (2017). Pengaruh Solvabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Komisaris Dan Profitabilitas Terhadap Konservatisme Akuntansi. *Universitas Negeri Semarang*, 130.
- YULQINA. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, risiko perusahaan, intensitas modal dan kepemilikan manajerial terhadap konservatisme akuntansi.

Pengaruh Profil Resiko, Good Corporate Governance, Rentabilitas, Dan Permodalan (*Capital*) Terhadap Tingkat Kesehatan PT Bank Jago Tbk

Vinsen Wijaya^{1)*}, Sonny Santosa²⁾

¹⁾²⁾ Universitas Budhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No.41, Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾ Vinsen12738@gmail.com

²⁾ sonny.santosa@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Tingkat Kesehatan
Profil Resiko
Good Corporate Governance
Rentabilitas
Permodalan

ABSTRAK

Tingkat Kesehatan bank merupakan hal indikator berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dan investor terhadap bank, tapi hal ini menjadi sangat signifikan terhadap PT. Bank Jago Tbk sebagai Neobank yakni bank yang seratus persen berbasis online, karena keberadaan Neobank masih dianggap sebuah tren.

Hasil penelitian memakai 7 variabel yakni NPL, LDR, GCG, ROA, NIM, BOPO dan CAR terhadap tingkat kesehatan bank menampilkan bahwa masing-masing variabel secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat Kesehatan dan 7 variabel secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat Kesehatan.

Hasil penelitian menampilkan bahwa selama periode 2018-2020 Bank Jago mendapatkan predikat sehat, hal ini ditunjukkan dengan hasil peringkat komposit secara umum, *Net Performing Loa* (NPL) memperoleh PK-2 yakni sehat, *Loan to Deposit Ratio* (LDR) memperoleh PK-2 yakni sehat, *Good Corporate Governance* (GCG) mendapatkan PK-2 yakni sehat, *Return on Asset* (ROA) mendapatkan PK-5 yakni tidak sehat, *Net Interest Margin* (NIM) mendapatkan PK-2 yakni sehat, *Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional* (BOPO) mendapatkan PK-5 yakni tidak sehat, dan CAR memperoleh PK-1 yakni sangat sehat.

I. PENDAHULUAN

Pada UU No. 10 Tahun 1998, disebutkan Bank ialah "badan usaha yang menerima uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lain untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat". Perbankan ialah industri yang memiliki regulasi dan persaingan yang sangat ketat, untuk dapat berkembang bank harus menarik nasabah dari pasar lain diluar pasar utamanya yakni nasabah pesaing. Oleh karenanya, setiap bank menawarkan produk yang hampir sama antara yang satu dengan yang lain, hanya yang menjadi perbedaan ialah harga yang ditawarkan baik itu bunga pinjaman ataupun bunga tabungan yang diberikan. Adapun untuk menyanggupi margin keuntungan yang

* Corresponding author

semakin sedikit bank harus menjadi sangat efisien dan dengan bantuan teknologi hal ini dapat dicapai, yang kemudian menjadi alasan terbentuknya Neobank.

di-indonesia sendiri, mayoritas masyarakat enggan untuk memakai Neobank sebagai media penyimpanan utama bahkan dengan segala manfaat yang diberikan oleh Neobank, salah satu faktor yang menyebabkan hal ini ialah *Trust Issue* dimana nasabah dan calon nasabah belum mempercayai bahwa Neobank dapat bertanggung jawab atas uang nasabah dan calon nasabah, ataupun beranggapan bahwa Neobank ialah sebuah tren yang perlahan menghilang, maka dari itu Neobank harus dapat bersaing dengan bank konvensional dengan memberikan manfaat yang lebih bukan hanya sesaat tapi secara konsisten, untuk mencapai hal ini, Neobank haruslah memiliki penilaian tingkat kesehatan yang sangat baik.

Peraturan tentang penilaian tingkat Kesehatan bank yang tertuang di Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/10/PBI/2004 atau dikenal sebagai metode CAMELS atau "*Capital, Assets quality, Management, Earnings, Liquidity and Sensitivity to market risk*" yang dipakai untuk menilai tingkat Kesehatan sebuah bank terbukti kurang efektif dalam situasi seperti krisis ekonomi. Oleh karenanya, kemudian diterbitkan Peraturan No.13/1/PBI/2011 yakni penilaian tingkat Kesehatan yang dikenal sebagai metode RGEC atau "*Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings and Capital*" dengan pendekatan RGEC yakni *Risk-based Bank Rating*, dapat terbukti kapasitas bank dalam mengola keuangan dan resiko. Selain itu yang berbeda dari penilaian tingkat Kesehatan sebelumnya ialah GCG atau "*Good Corporate Governance*" yakni tata kelola perusahaan yang bai. Di mana penerapan praktik GCG membantu efisiensi, menjaga kualitas produk, mengurangi resiko manajemen yang buruk dan membuat perusahaan lebih transparan dan *accountable*

II. TINJAUAN PUSTAKA

Bank

Menurut (Kasmir, 2016) Bank adalah suatu badan keuangan yang fungsi utamanya menerima uang dari masyarakat, mengembalikannya kepada masyarakat, dan menawarkan jasa perbankan lainnya.

Fungsi Bank

Menurut (Mughtar et al., 2016) bank berfungsi untuk menghimpun dana, menyalurkan, memberikan pelayanan dan kemudahan bagi nasabah. Kemudian, secara spesifik bank berfungsi sebagai agent of trust, agent of development, and agent of services.

Kinerja Keuangan

Menurut (Fahmi, 2018) kinerja keuangan merupakan evaluasi sejauh mana suatu perseroan telah melaksanakan implementasi keuangan dengan memanfaatkan aturan secara tepat dan benar. Kinerja keuangan perseroan yang baik ditandai dengan penerapan peraturan terkait yang telah dilakukan secara tepat serta akurat.

Laporan Keuangan

Menurut Suparlan Hartono dalam (Wardiyah, 2017) laporan keuangan merupakan sumber kebenaran empiris yang secara ontologies sebagai hakikat teori dan kenyataan yang diterima secara rasional.

Tingkat Kesehatan Bank

Menurut (Budisantoso & Nuritomo, 2014) kesehatan bank terdiri dari kapasitasnya untuk melakukan semua kegiatan perbankan secara teratur dan memenuhi semua tanggung jawabnya sesuai peraturan yang relevan.

Profil Resiko

Evaluasi pada (Bank Indonesia, 2011) terhadap inheren dan efektivitas penerapan manajemen risiko dalam operasional Bank mengatur penilaian profil risiko.

Non Performing Loan (NPL) (NPL) ialah risiko akibat ketidakmampuan debitur dan/atau pihak ketiga untuk memenuhi komitmennya kepada bank. Rasio NPL yang rendah atau tinggi dapat menampilkan apakah suatu bank memiliki pengembalian kredit yang solid atau tidak. Semakin lancar pelunasan pinjaman, semakin rendah persentase NPL, dan semakin besar keuntungan bank. Sebaliknya, semakin besar rasio NPL, semakin besar pula kerugian bank akibat kemacetan pengembalian kredit. Berikut cara menghitung rasio NPL:

$$NPL = \frac{Kredit\ Bermasalah}{Total\ Kredit} \times 100\%$$

Sumber : Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia No.13/24/DPNP/2011

Loan to Deposit Ratio (LDR) ialah risiko yang ditimbulkan oleh ketidakmampuan Bank untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo dengan arus kas dan/atau aset likuid berkualitas tinggi tanpa mengganggu operasi dan posisi keuangannya. Risiko ini disebut juga Resiko likuiditas pendanaan atau "*funding liquidity risk*". Dalam menghitung resiko likuiditas indikator yang dipakai ialah LDR:

$$LDR = \frac{Total\ Kredit}{Dana\ pihak\ ketiga} \times 100\%$$

Sumber : Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia No.13/24/DPNP/2011

Good Corporate Governance (GCG)

Menurut (Kusnawan et al., 2019) GCG ialah cara mengatur serta mengendalikan perseroan melalui hubungan antara pemilik, kreditur, manager perseroan pemerintah, pekerja, dan pihak berkepentingan lainnya.

Profitabilitas

Menurut (Andy & Megawati, 2019) bahwa kapasitas peforma keuangan dari sebuah perusahaan diperlukan untuk menampilkan potensi dari ekonomi perusahaan.

Return On Asset (ROA)

Menurut (Christian et al., 2017) ROA mengukur kapasitas perusahaan untuk memperoleh keuntungan di masa lalu yang dapat diprediksi di masa depan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Rata – Rata Total Aset}} \times 100\%$$

*Sumber : Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia
No.13/24/DPNP/2011*

Net Interest Margin (NIM)

Kapasitas manajemen bank untuk mengelola aset produktif mereka untuk menciptakan pendapatan bunga bersih. Cara menghitung (NIM) ialah

$$NIM = \frac{\text{Pendapatan bunga bersih}}{\text{Rata – rata aktiva produktif}} \times 100\%$$

*Sumber : Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia
No.13/24/DPNP/2011*

Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional

BOPO ialah rasio yang menampilkan kapasitas bank mengelola biaya operasional yang dikeluarkan bank untuk mendapatkan keuntungan. Bopo dapat dihitung dengan:

$$BOPO = \frac{\text{Beban Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

*Sumber : Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia
No.13/24/DPNP/2011*

Permodalan

Faktor *Capital* merupakan faktor yang meliputi kecukupan modal bank untuk menghadapi Resiko pada saat ini ataupun kemungkinan terjadinya resiko di masa depan.

Capital Adequacy Ratio (CAR)

Capital Adequacy Ratio menampilkan besarnya aktiva bank yang mengandung resiko sebagai indikasi kecukupan pemenuhan kewajiban penyediaan modal minimum (KPPM) yang menampilkan kapasitas bank pada eksposur resiko. CAR dapat dihitung dengan:

$$CAR = \frac{\text{Modal Bank}}{\text{ATMR}} \times 100\%$$

*Sumber : Lampiran Surat Edaran Bank Indonesia
No.13/24/DPNP/2011*

III. METODE

Penelitian ini dilakukan terhadap PT Bank Jago Tbk dengan data sekunder dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dianalisis memakai pendekatan kuantitatif yang menampilkan hubungan antar variabel dalam bentuk angka berlandaskan cara perhitungan yang sesuai dengan masing-masing variabel dengan SPSS versi 18

Penelitian kuantitatif ialah studi yang didasarkan pada konsep positivisme. Studi ini mesti memenuhi standar ilmiah yang konkret/empiris, objektif, terukur, rasional, dan metodis> Selain itu, studi ini memakai data numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2019).

Teknik Analisis :

1. Statistik Deskriptif

Statistik ini dipakai untuk menampilkan data mengenai objek yang diteliti, terkait data minimal, maksimum, rata-rata (mean) dan standar deviasi data, sebagai mana adanya tanpa ada maksud untuk menyimpulkan.

2. Uji Asumsi Klasik

2.1. Uji Normalitas

Uji yang bertujuan mengkaji apakah variabel yang dipakai dalam penelitian memiliki distribusi normal. Di mana apabila data tidak membentuk suatu pola, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2.2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini menampilkan bahwa variabel independen tidak memiliki hubungan dengan variabel independen lainnya.

2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini menampilkan menentukan apakah varians dan residual model regresi tidak sama antara pengamatan.

2.4. Uji Autokorelasi

Pengujian ini menampilkan adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Selain itu, pengujian ini akan membuktikan bahwa apabila ada terjadinya masalah autokorelasi

3. Analisis Tingkat Kesehatan

Analisa dari hasil penelitian ini dilakukan dari hasil penilaian peringkat komposit setiap dari metode penilaian RGEK yakni *Non Performing Loan* (NPL), *Loan to Deposit Ratio* (LDR), *Good Corporate Governance* (GCG), *Return On Asset* (ROA), *Net Interest Margin* (NIM), Biaya Operasional terhadap BOPO, dan *Capital Adequacy Ratio* (CAR).

4. Uji Hipotesis

4.1. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji signifikan parsial (Uji T) ialah uji yang menampilkan besaran pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karenanya, jika $SIG \leq 0,05$ maka variabel independen secara parsial berdampak signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika

SIG $\geq 0,05$ maka variabel independen secara parsial berdampak tidak signifikan pada variabel dependen

4.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) ialah uji yang menampilkan besaran pengaruh dari seluruh variabel independen secara simultan kepada variabel dependen. Hasilnya ditampilkan pada tabel ANNOVA.

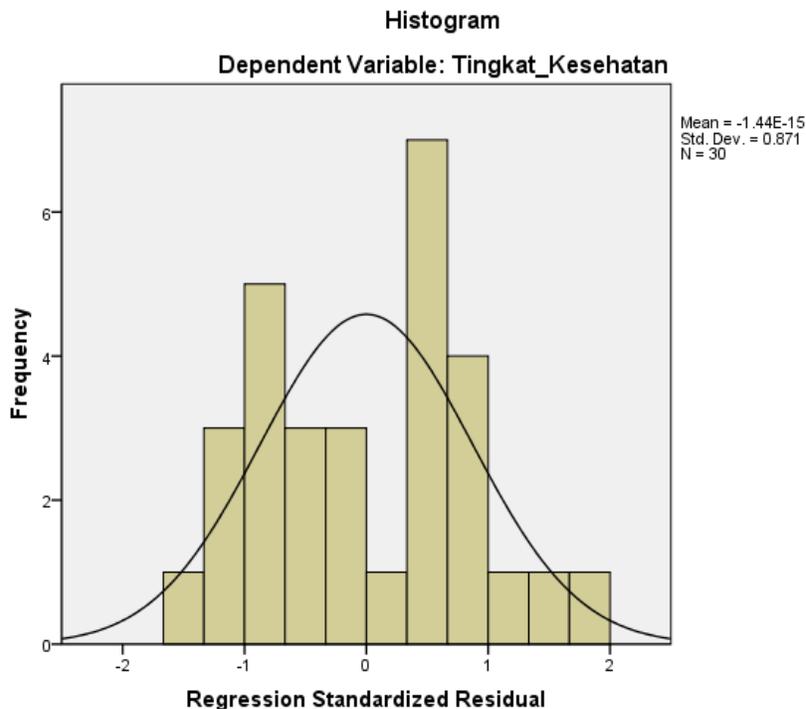
IV. HASIL

1. Statistik Deskriptif

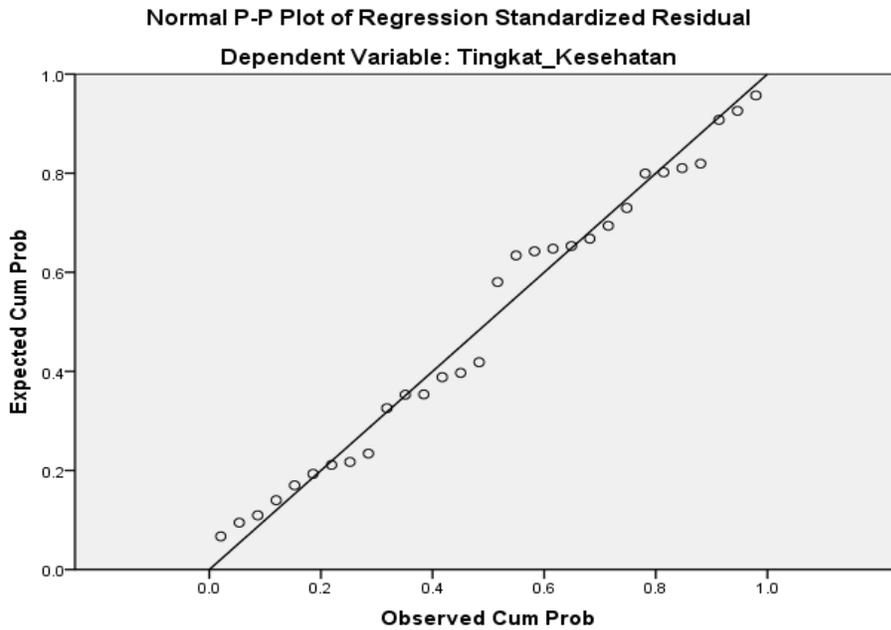
Descriptive Statistics								
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
NPL	3	.0615	.0000	.0615	.027300	.0180856	.0313252	.001
LDR	3	.6540	.4753	1.1293	.790633	.1891537	.3276238	.107
ROA	3	.0952	-.1196	-.0244	-.084100	.0300277	.0520095	.003
NIM	3	.0338	.0137	.0475	.035467	.0109036	.0188855	.000
BOPO	3	1.1880	1.4560	2.6440	2.206667	.3770364	.6530462	.426
CAR	3	1.2960	.1860	1.4820	.860667	.3750721	.6496440	.422
TINGKAT_KESEHATAN	3	.0290	.6280	.6570	.637667	.0096667	.0167432	.000
Valid N (listwise)	3							

2. Uji Asumsi Klasik

2.1. Uji Normalitas Data



Berlandaskan histogram diatas dapat terlihat bahwa data tersebar dan ini menampilkan bahwa residual data distribusi normal.



Berlandaskan hasil di atas terlihat bahwa pendistribusian data menyebar dan mengikuti garis. Artinya, data berdistribusi normal.

2.2. Uji Multikolinieritas

Coefficient Correlations^a

Model		GCG	BOPO	NIM	NPL	LDR	ROA	CAR	
1	Correlations	GCG	1.000	.305	.379	-.106	.473	-.093	-.345
		BOPO	.305	1.000	-.006	.055	-.033	-.011	-.818
		NIM	.379	-.006	1.000	-.006	.296	.000	.037
		NPL	-.106	.055	-.006	1.000	-.212	-.379	-.013
		LDR	.473	-.033	.296	-.212	1.000	.198	.098
		ROA	-.093	-.011	.000	-.379	.198	1.000	.353
		CAR	-.345	-.818	.037	-.013	.098	.353	1.000
1	Covariances	GCG	.001	.001	.006	-.002	.001	-.002	-.001
		BOPO	.001	.004	.000	.002	.000	-.001	-.006
		NIM	.006	.000	.294	-.002	.013	.000	.002
		NPL	-.002	.002	-.002	.396	-.011	-.176	-.001
		LDR	.001	.000	.013	-.011	.006	.012	.001
		ROA	-.002	-.001	.000	-.176	.012	.544	.031
		CAR	-.001	-.006	.002	-.001	.001	.031	.014

a. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

melihat seluruh hasil tingkat kolerasi dibawah 95% menampilkan bahwa tidak adanya multikolinieritas pada variabel independen yang dipakai.

2.3. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

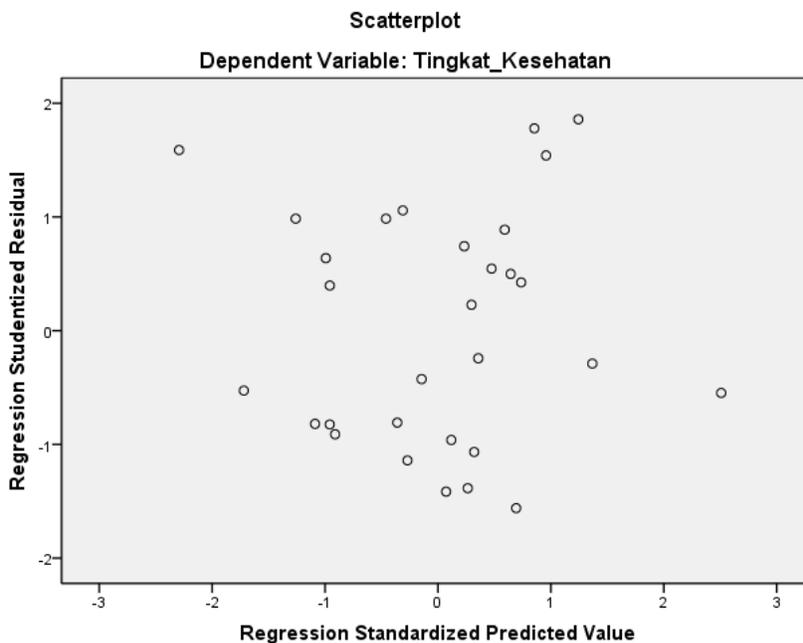
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.446 ^a	.199	-.056	.0747339	1.246

a. Predictors: (Constant), GCG, BOPO, NIM, NPL, LDR, ROA, CAR

b. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Berlandaskan tabel diatas diperoleh hasil durbin watson sebesar 1.246, dengan jumlah variabel sebesar 7 dan sampel sebanyak 30, diperoleh dL 0,9256, dan dU sebesar 2,0343 dan nilai durbin watson sebesar 1,246. $0,9246 \leq 1,246 \leq 2,0343$ dapat diketahui bahwa terjadi autokorelasi positif maupun negatif yang berarti tidak ada autokorelasi pada model regresi diatas.

2.4. Uji Heteroskedastisitas



Berlandaskan hasil scatterplot diatas dapat terlihat penyebaran titik terjadi di area positif dan area negatif, sehingga menampilkan pada uji ini tidak terjadi heteroskedastisitas data.

3. Analisis Tingkat Kesehatan

Peringkat Komposit Komponen

Tahun	Komponen	Rasio	Nilai Rasio	Peringkat Komposit	Keterangan
2018	Profil Resiko	NPL	6,15%	3	cukup sehat
		LDR	76,73%	2	sehat
	Good Corporate Governance	GCG	3	3	cukup sehat
	Rentabilitas	ROA	-2,44%	5	tidak sehat
		NIM	4,75%	1	sangat sehat
		BOPO	145,60%	5	tidak sehat
	Permodalan	CAR	18,60%	1	sangat sehat
Total Nilai				22	
2019	Profil Resiko	NPL	2,04%	2	sehat
		LDR	47,53%	1	sangat sehat
	Good Corporate Governance	GCG	2	2	sehat
	Rentabilitas	ROA	-11,96%	5	tidak sehat
		NIM	1,37%	4	kurang sehat
		BOPO	252,00%	5	tidak sehat
	Permodalan	CAR	148,20%	1	sangat sehat
Total Nilai				22	
2020	Profil Resiko	NPL	0,00%	1	sangat sehat
		LDR	112,93%	4	kurang sehat
	Good Corporate Governance	GCG	2	2	sehat
	Rentabilitas	ROA	-10,83%	5	tidak sehat
		NIM	4,52%	1	sangat sehat
		BOPO	264,40%	5	tidak sehat
	Permodalan	CAR	91,40%	1	sangat sehat
Total Nilai				23	

Hasil Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Jago 2018-2020

Tahun	Bobot (%)	Peringkat Komposit	Keterangan
2018	62,8%	3	Cukup Sehat
2019	62,8%	3	Cukup Sehat
2020	65,7%	3	Cukup Sehat

Berlandaskan Tabel diatas Bank Jago memperoleh Peringkat Komposit 3 yakni cukup sehat pada 2018 dengan bobot 62,8%. Lalu, pada 2019 Bank Jago memperoleh peringkat komposit 3 yakni cukup sehat dengan bobot 62,8%. Kemudian, pada 2020 Bank Jago memperoleh peringkat komposit 3 yakni cukup sehat dengan bobot 65,7%.

4. Uji Hipotesis

4.1. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.681	.029		23.089	.000
NPL	-.393	.519	-.142	-.758	.455

a. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.646	.028		23.371	.000
	ROA	-.295	.494	-.112	-.597	.556

a. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.657	.022		30.173	.000
	NIM	.109	.484	.043	.225	.823

a. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.665	.036		18.700	.000
	BOPO	-.003	.030	-.021	-.109	.914

a. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.664	.017		39.866	.000
	CAR	-.015	.049	-.060	-.318	.753

a. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.636	.056		11.357	.000
	GCG	.010	.022	.086	.458	.651

a. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Berlandaskan Uji T diatas dapat diketahui bahwa variabel NPL, LDR, ROA, NIM, BOPO, CAR, dan GCG berpengaruh terhadap tingkat kesehatan bank

4.2. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.031	7	.004	.780	.611 ^a
	Residual	.123	22	.006		
	Total	.153	29			

a. Predictors: (Constant), GCG, BOPO, NIM, NPL, LDR, ROA, CAR

b. Dependent Variable: Tingkat_Kesehatan

Berlandaskan hasil uji F diatas mendapat nilai signifikasi sebesar $0,611 > 0,05$. Artinya, variabel NPL, LDR, GCG, ROA, NIM, BOPO, CAR secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kesehatan.

V. KESIMPULAN

Menggunakan variabel NPL dan LDR, profil resiko berlandaskan hasil dari uji hipotesis masing-masing tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kesehatan. Resiko kredit mendapat predikat sehat (PK-2) dan resiko likuiditas mendapat predikat sehat (PK-2)

Berlandaskan hasil dari uji hipotesis menampilkan bahwa GCG tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kesehatan. Secara keseluruhan GCG mendapat predikat sehat (PK-2), hal ini menampilkan bahwa Bank Jago menerapkan prinsip GCG dengan baik.

Menggunakan variabel ROA, NIM, dan BOPO, berlandaskan hasil uji hipotesis, masing-masing tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kesehatan. Secara keseluruhan rentabilitas mendapat predikat kurang sehat (PK-4)

Menggunakan variabel car, berlandaskan hasil uji hipotesis CAR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kesehatan. Secara keseluruhan permodalan mendapat predikat sangat sehat dengan kecukupan modal yang cukup menghadapi segala resiko yang mungkin terjadi, dalam penilaian permodalan dipakai rasio CAR, mulai dari tahun 2018 sampai dengan 2020 Bank Jago selalu mendapat PK-1 yakni sangat sehat

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, & Megawati, M. (2019). Analysis of liquidity, profitability and solvency ratios to assess the financial performance of companies in cigarette industries listed on the Indonesia stock exchange. *Jurnal KDI*, 1(1), 22–34.
- Bank Indonesia. (2011). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/1/PBI/2011 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum*.
- Budisantoso, T., & Nuritomo. (2014). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Christian, F. J., Tommy, P., & Tulung, J. (2017). Analisa Kesehatan Bank Dengan Menggunakan Metode RGEC pada Bank BRI dan Mandiri Periode 2012-2015. *Jurnal EMBA*, 5(2), 530–540.
- Fahmi, I. (2018). *Analisis Kinerja Keuangan* (4th ed.). ALFABETA.

- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan* (2nd ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Muchtar, B., Rahmidani, R., & Siwi, M. kurnia. (2016). *BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN LAIN*. KENCANA.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, dan R&D* (27th ed.). ALFABETA.
- Wardiyah, M. L. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Pustaka Setia.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021

Z.HOLZA^{1)*}, Peng Wi²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾zaretholza12@gmail.com

²⁾ppengwie@yahoo.co.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Struktur Modal
Profitabilitas
Likuiditas
Struktur Aktiva
Ukuran Perusahaan
Pertumbuhan Perusahaan

Abstrak

“Riset ini memiliki tujuan agar mendapatkan bukti empiris mengenai dampak Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan serta Pertumbuhan Perusahaan atas Struktur Modal dengan mengambil studi kasus melalui perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang tercatat melalui Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021”.

“Populasi pada riset ini ialah 31 perusahaan yang termasuk dalam perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Penetapan sampel pada riset ini memakai metode *purposive sampling* serta mendapatkan sampel sejumlah 18 perusahaan berdasar pada kriteria tertentu”.

“Hasil dari riset ini menampilkan bila pada cara parsial Profitabilitas tidak memiliki efek negatif pada struktur modal. Likuiditas mempunyai efek negatif pada struktur modal, Struktur Aktiva tidak mempunyai efek negatif pada struktur modal, Ukuran Perusahaan mempunyai efek positif pada struktur modal, Pertumbuhan Perusahaan tidak mempunyai efek positif pada struktur modal. Berdasarkan hasil analisis dengan metode simultan Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan serta Pertumbuhan Perusahaan memiliki efek positif pada Struktur Modal”.

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dengan persaingan yang ketat membuat industri manufaktur harus lebih bisa bersaing serta selalu melakukan inovasi ketika membuat sebuah produk yang memiliki kualitas tinggi dan bisa bersaing secara umum serta bisa memenuhi permintaan konsumen terkait produk yang selalu bertambah. Sektor industri manufaktur menjadi salah satu tumpuan dari perekonomian nasional yang mana memiliki peran yang substansial pada perkembangan perekonomian di Indonesia. Perindustrian barang konsumsi tetap menempati kedudukan nomor satu bagi para investor untuk berinvestasi dikarenakan pendanaan mereka masih menawarkan potensi *upside*. Di era globalisasi saat ini perusahaan membutuhkan pendanaan atau modal yang digunakan untuk kegiatan investasi. Ketika melakukan pengelolaan keuangan, seberapa besar suatu perusahaan bisa mencukupi kebutuhan dana yang akan dipakai dalam operasi serta pengembangan usaha ialah salah satu unsur yang butuh diperhatikan. (Sutandi, 2018).

Perusahaan sebagai entitas yang beroperasi menurut prinsip ekonomi. Bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, namun juga turut menumbuhkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemiliknya, dengan rencana strategis dan taktis yang disiapkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Guna memenuhi kebutuhan dana tersebut, perusahaan harus cermat dan teliti dalam menentukan keputusan pendanaan yang akan dipakai guna membiayai investasi tersebut. Didalam setiap perusahaan terdapat departemen yang mengelola sumber dana perusahaan yaitu manajemen keuangan. Manajemen keuangan yakni suatu kegiatan pengelolaan, pengorganisasian hingga perencanaan keuangan perusahaan yang memiliki keterkaitan pada usaha mencari serta memakai dana dengan efisien serta efektif guna menghasilkan suatu hasil yang menjadi tujuan dari perusahaan yang bersangkutan (Irfani, 2020, p. 11). Manajemen keuangan yakni memiliki peran sebagai salah satu tugas operasionalisasi pada perusahaan yang memiliki keterkaitan pada transaksi pendanaan, yang pada hakekatnya dilaksanakan oleh individu, perusahaan, serta pemerintah. Dalam literatur lainnya yang disebut manajemen keuangan atau pengeluaran yakni seluruh kegiatan bisnis memiliki keterkaitan dengan cara yang tertentu. Peningkatan, pembelanjaan, serta pengelolaan aset sejalan dengan tujuan bisnis secara keseluruhan. Pada artian, manajemen keuangan yakni pengelolaan (manajemen) perihal bagaimana aset didapatkan, dibiayai, serta dikelola guna mendapatkan hasil yang diinginkan suatu perusahaan.

Pada riset ini masih ada perbedaan hasil penelitian dengan peneliti sebelumnya mengenai dampak Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, serta Pertumbuhan Perusahaan pada Struktur Modal menyebabkan pihak yang membutuhkan informasi sebagai investor mengalami kesulitan untuk menentukan mana perusahaan yang lebih baik untuk melakukan penanaman modal.

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini antara lain :

1. Guna memahami apakah Profitabilitas memiliki dampak pada struktur modal perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman.
2. Guna memahami apakah Likuiditas memiliki dampak pada struktur modal perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman.
3. Guna memahami apakah Struktur Aktiva memiliki dampak pada struktur modal perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman.
4. Guna memahami apakah Ukuran Perusahaan memiliki dampak pada struktur modal perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman.
5. Guna memahami apakah Pertumbuhan Perusahaan memiliki dampak pada struktur modal perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman.
6. Guna memahami apakah Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan serta Pertumbuhan Perusahaan dengan cara bersamaan memiliki dampak pada struktur modal atas perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Profitabilitas

Profitabilitas didefinisikan oleh (Sirait, 2017, p. 139) menjadi suatu kemampuan perusahaan untuk mendapatkan profit dengan cara keseluruhan, mengubah penjualan menjadi keuntungan, serta memberikan arus kas.

Rasio Profitabilitas dalam (Septiana, 2019, p. 108) yakni skala yang menampilkan seberapa besar laba perusahaan pada penggunaan semua sumber daya yang dimiliki. Dapat diketahui bila setiap tindakan serta kebijakan yang diputuskan oleh suatu perusahaan wajib benar-benar final dan matang, agar keuangan perusahaan tidak terganggu.

Menurut Gitman (2003) dalam (Fung, 2019) Profitabilitas ialah:

“a measurement that evaluates the company’s profits based on sales levels, assets levels, and the owner’s investment.”

Artinya, skala yang melakukan evaluasi pada keuntungan perusahaan berdasar atas tingkatan penjualan, tingkatan aset, serta investasi pemilik.

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencukupi apa yang menjadi kewajibannya, hal ini pula yang dipakai guna menampilkan tingkat keuangan ataupun kekayaan sebuah perusahaan. Bila tingkat likuiditas sebuah perusahaan berada di tingkat yang tinggi, lalu kinerja perusahaan yang bersangkutanpun akan turut membaik. Dan kebalikannya, bila tingkat likuiditasnya rendah, lalu kinerja perusahaan yang bersangkutanpun akan mendapatkan penilaian buruk. Dengan artian, aset yang dimiliki dapat berupa peralatan maupun kekayaan intelektual, sedangkan inventaris atau produk yang dijual perusahaan untuk menghasilkan pendapatan biasanya dianggap sebagai aset likuid

karena penjualannya setiap tahun. Suatu aset dianggap likuid apabila berada di pasar yang mapan serta ada banyak pembeli yang tertarik untuk memilikinya. Seraya pada tingginya tingkat likuiditas, maka sebuah perusahaan mampu mendapatkan dukungan atas beberapa pihak dengan mudah, misalnya kreditur, lembaga keuangan, serta penyuplai bahan baku.

Kasmir (2011:130) dalam (Kharimah & Sutandi, 2019) berpendapat bila skala likuiditas atau yang biasa disebut dengan skala modal kerja yakni suatu skala yang dipergunakan dalam menilai jumlah likuid sebuah perusahaan.

Likuiditas menampilkan kemampuan perusahaan dalam mencukupi kewajiban keuangan yang wajib untuk diwujudkan, atau kapabilitas suatu perusahaan guna pemenuhan tanggungjawab keuangan ketika proses penagihan (Purwanti, 2021).

Struktur Aktiva

Struktur aset yakni suatu skala ataupun suatu bandingan yang memiliki arti mutlak hingga memiliki makna relatif antara aset lancar dengan aset tetap. Bagian dari struktur aset diantaranya yakni aset lancar serta aset tetap yang mana aset lancar yakni aset yang dikonsumsi melalui satu siklus proses produksi serta tahap putaran terjadi dengan waktu singkat.

Struktur aset, sebagaimana didefinisikan oleh (Herlin Tundjung Setijaningsih, 2020), adalah proses penentuan seberapa besar uang yang harus dialokasikan kepada aset lancar dan tetap.

Struktur Aset didefinisikan oleh (Aset et al., 2021) sebagai perbandingan atau keseimbangan pada aset tetap serta total aset.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yaitu suatu skala yang mana mampu dikumpulkan besar dan kecil suatu perusahaan berdasarkan beragam upaya lainnya, yakni dengan nilai pasar saham, *log size*, total aktiva, dan lain sebagainya (Dewi & Wi, 2018).

Menurut (Wulandari & Sutandi, 2018) ukuran perusahaan adalah skala guna menetapkan ukuran yang perusahaan miliki yang bisa dilihat berdasarkan beberapa cara, yaitu : nilai pasar saham, total aktiva, serta lain sebagainya.

Menurut (Kenny & Nariman, 2021) , ukuran perusahaan bisa dicirikan pada total aset, total penjualan, nilai saham, dan sebagainya, sesuai dengan skala yang diusulkan oleh penulis.

Pertumbuhan Perusahaan

Menurut (Angel & Sumantri, 2018) Pertumbuhan perusahaan yakni kemampuan suatu perusahaan untuk menjaga kondisi perekonomian perusahaan di tengah-tengah perkembangan perekonomian serta kawasan usaha miliknya. Pertumbuhan perusahaan bercermin pada kinerja investasi periode masa lalu dan digunakan guna memprediksi pertumbuhan masa depan.

Pertumbuhan aset yakni kapabilitas suatu perusahaan guna peningkatan standar perusahaan yang terlihat pada meningkatnya aset (Herlin Tundjung Setijaningsih, 2020).

Pertumbuhan dan perkembangan perusahaan memerlukan penggunaan sumber daya internal dan eksternal, seperti utang. Perusahaan yang tumbuh cepat memiliki permintaan yang lebih besar untuk pembiayaan dari luar karena mereka lebih mandiri dan memiliki kapasitas yang lebih besar untuk ekspansi. Pertumbuhan perusahaan direpresentasikan sebagai total pertumbuhan aset, dan pertumbuhan aset masa lalu mewakili profitabilitas masa depan. Nilai perusahaan yang terbentuk berdasar pada indikator nilai pasar saham memiliki dampak pada kesempatan berinvestasi. Dengan tersedianya kesempatan untuk berinvestasi, maka mampu menumbuhkan penandaan yang positif berkenaan pada pertumbuhan perusahaan untuk masa kedepannya pada peningkatan *value* perusahaan.

Struktur Modal

Menurut (Mulyani & Agustinus, 2021) berpendapat bila struktur modal yakni cerminan atas wujud skala finansial perusahaan yakni antara kepemilikan modal dan bermula dari utang jangka panjang (*long-term liabilities*) serta modal sendiri (*shareholders' equity*) yang menjadi asal mula pemodalannya sebuah perusahaan.

Menurut (Sari et al., 2019), struktur modal yakni keseimbangan pada total hutang jangka pendek yang mempunyai sifat tetap, hutang jangka panjang, saham khusus serta saham biasa. Struktur modal merupakan hasil

banding modal asing ataupun jumlah utang dengan modal sendiri. Keunggulan struktur modal adalah pemeliharaan antara risiko serta pengambilan yang diinginkan.

III. METODE

Populasi dan Sampel

Pada riset ini yang menjadi populasi ialah perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang tercatat pada BEI selama periode 2018-2021. Sampel yang ditetapkan yakni perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang sesuai dengan standar pemilihan sampel. Teknik pengambilan sampel pada riset ini yakni *purposive sampling*. Adapun syarat atau standar yang akan dipakai pada pengambilan sampel yakni antara lain:

- a. Perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan masa waktu 2018-2021.
- b. Perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang tidak melakukan penerbitan kelengkapan laporan keuangan tahunan selama masa waktu tahun 2018-2021 di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- c. Perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang menerbitkan laporan keuangan yang belum diaudit dan tidak menggunakan mata uang rupiah per 31 Desember selama masa waktu tahun 2018-2021 di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- d. Perusahaan manufaktur sektor makanan serta minuman yang menghadapi kerugian selama masa waktu tahun 2018-2021 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pada penelitian ini yang menjadi sampel antara lain:

1. Akasha Wira International Tbk
2. Bumi Teknokultura Unggul Tbk
3. Budi Starch & Sweetener Tbk
4. Campina Ice Cream Industry Tbk, PT
5. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT (d.h Cahaya Kalbar Tbk, PT)
6. Sariguna Primatirta Tbk, PT
7. Delta Djakarta Tbk, PT
8. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, PT
9. Buyung Poetra Sembada Tbk, PT
10. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT
11. Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
12. Multi Bintang Indonesia Tbk, PT
13. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk., PT
14. Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT
15. Sekar Bumi Tbk, PT
16. Siantar Top Tbk, PT
17. Tunas Baru Lampung Tbk
18. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT

Metode Pengumpulan Data

Pada riset ini teknik pengumpulan datanya memakai teknik dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik dokumentasi yakni suatu alat yang dipergunakan pada penganalisisan sistem, desain, serta dokumentasi untuk mendapat pemahaman yang memiliki kaitan antara satu subsistem dan subsistem lainnya. Dokumentasi adalah cara menghimpun data serta mencatat ringkasan tentang catatan finansial perusahaan yang diperoleh di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai sekumpulan kegiatan yang memiliki keterkaitan pada pengumpulan data perpustakaan, pembacaan dan pencatatan, serta metode pengolahan bahan penelitian. Studi kepustakaan yaitu cara mengumpulkan data dengan melakukan pembacaan buku referensi yang memiliki keterkaitan pada masalah penelitian. Studi pustaka atau kepustakaan pun dapat mengkaji perihal beragam buku referensi serta karya serupa pada pengelolaan sebelumnya yang membantu memberikan landasan teoretis untuk masalah yang akan diteliti. Makna lain studi kepustakaan yakni studi teoritis, bibliografi, serta literatur ilmiah lain-lainnya yang memiliki keterlibatan dengan budaya, nilai, serta norma yang terjadi pengembangan pada situasi sosial yang dikaji. Data tersebut didapatkan melalui beberapa informasi untuk menjadi

acuan dalam mengolah data, mempelajari data berupa e-book, jurnal akuntansi, website, perpustakaan ataupun sumber lainnya.

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Keterangan	Indikator	Skala Pengukuran
Profitabilitas	Kapabilitas perusahaan guna mendapatkan manfaat secara menyeluruh, mengubah penjualan menjadi keuntungan, serta memberikan arus kas.	$Return\ on\ Asset = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Aset} \times 100\%$	Rasio
Likuiditas	Kapabilitas perusahaan guna pemenuhan kewajibannya, yang dipakai pula dalam menampilkan kedudukan keuangan atau kekayaan sebuah perusahaan.	$Current\ Ratio = \frac{Aktiva\ Lancar}{Utang\ Lancar} \times 100\%$	Rasio
Struktur Aktiva	Proses penetapan seberapa banyak uang yang harus dialokasikan untuk aset lancar serta tetap.	$Struktur\ Aktiva = \frac{Aktiva\ Tetap}{Total\ Aset} \times 100\%$	Rasio
Ukuran Perusahaan	Suatu skala yang mana bisa dikelompokkan besar kecilnya perusahaan berdasar beragam model yakni melalui <i>log size</i> , jumlah aktiva, nilai pasar saham, dan lain sebagainya.	$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Aset)$	Rasio
Pertumbuhan Perusahaan	Kemampuan perusahaan untuk menjaga kondisi perekonomian di tengah perkembangan perekonomian serta sektor usahanya.	$Pertumbuhan\ Perusahaan = \frac{Total\ Aset(t) - Total\ Aset(t-1)}{Total\ Aset(t-1)}$	Rasio
Struktur Modal	Keseimbangan diantara total hutang jangka pendek yang memiliki sifat permanen, hutang jangka panjang, saham preferen serta saham biasa.	$DER = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Ekuitas} \times 100\%$	Rasio

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

TABEL IV.1
 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,583 ^a	,340	,290	,5441156
a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan_Perusahaan, Profitabilitas, Struktur_Aktiva, Ukuran_Perusahaan, Likuiditas				
b. Dependent Variable: Struktur_Modal				

Sumber : SPSS Versi 24

Berdasar pada tabel IV.1 tersebut terlihat bila hasil Adjusted R² sejumlah 0,340 atau 34 %, angka itu memiliki arti yakni bila variabel Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan perusahaan bisa melakukan pengukuran kebaikan melalui persamaan regresi berganda yakni pemberian presentase variasi total pada variabel dependen yang dijabarkan melalui semua variabel independen terhadap Struktur Modal. Dimana nilai Adjusted R² mendekati 0, yang memiliki arti variabel independen sanggup memberikan hampir keseluruhan pendataan yang diinginkan guna dilakukan prediksi variabel dependen serta sisanya sejumlah 76% (100% - 34%) yang mendapat pengaruh dari faktor lain dari eksternal riset ini.

Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

TABEL IV.2
Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-,903	,682		-1,325	,190	
Profitabilitas	-1,378	,757	-,185	-1,821	,073	
Likuiditas	-,084	,026	-,393	-3,295	,002	
Struktur_Aktiva	-,227	,416	-,066	-,546	,587	
Ukuran Perusahaan	,149	,048	,351	3,085	,003	
Pertumbuhan Perusahaan	,393	,200	,218	1,965	,054	

a. Dependent Variable: Struktur_Modal

Sumber : SPSS Versi 24.

a. Dampak Profitabilitas pada Struktur Modal

Berdasar pada hasil percobaan variabel Profitabilitas mempunyai nilai $t^{(tabel)} 1,796 < t^{(hitung)} -1,821$ serta tingkatan signifikansi lebih besar daripada nilai $\alpha 0,05$ ($0,073 > 0,05$) menunjukkan bila profitabilitas tidak memiliki dampak negatif pada Struktur Modal, maka dapat ditarik kesimpulan jika hipotesis yang dikemukakan pada penelitian yakni H₁ ditolak.

b. Dampak Likuiditas pada Struktur Modal

Berdasar pada hasil percobaan variabel Likuiditas mempunyai nilai $t^{(tabel)} 1,796 < t^{(hitung)} -3,295$ serta tingkatan signifikansi lebih kecil daripada nilai $\alpha 0.05$ ($0.002 < 0.05$) menunjukkan bila Likuiditas memiliki dampak negatif pada Struktur Modal, maka bisa ditarik kesimpulan jika hipotesis yang dikemukakan pada riset yakni H₂ diterima.

c. Dampak Struktur Aktiva pada Struktur Modal

Berdasar pada hasil percobaan variabel Struktur Aktiva mempunyai nilai $t^{(tabel)} 1,796 > t^{(hitung)} -0,546$ serta tingkatan signifikansi lebih besar daripada nilai $\alpha 0.05$ ($0,587 > 0,05$) menunjukkan jika Struktur Aktiva tidak memiliki dampak negatif pada Struktur Modal, maka dapat ditarik kesimpulan jika hipotesis yang dikemukakan pada riset yakni H₃ ditolak.

d. Dampak Ukuran Perusahaan pada Struktur Modal

Berdasar pada hasil percobaan variabel Ukuran perusahaan mempunyai nilai $t^{(tabel)} 1,796 < t^{(hitung)} 3,085$ serta tingkatan signifikansi lebih kecil daripada nilai $\alpha 0,05$ ($0,003 < 0,05$) menunjukkan bila Ukuran Perusahaan berdampak positif pada Struktur Modal, maka bisa ditarik kesimpulan jika hipotesis yang dikemukakan pada riset yakni H₄ diterima.

e. Dampak Pertumbuhan Perusahaan pada Struktur Modal

Berdasar pada hasil percobaan variabel pertumbuhan perusahaan mempunyai nilai $t^{(tabel)} 1,796 < t^{(hitung)} 1,965$ serta tingkatan signifikansi lebih besar daripada nilai $\alpha 0,05$ ($0,054 > 0,05$) menunjukkan jika Pertumbuhan Perusahaan tidak berdampak positif pada Struktur Modal, maka dapat ditarik kesimpulan jika hipotesis yang dikemukakan pada riset yakni H_5 ditolak.

Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

TABEL IV.3
Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10,059	5	2,012	6,795	,000 ^b
Residual	19,540	66	,296		
Total	29,599	71			
a. Dependent Variable: Struktur_Modal					
b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan_Perusahaan, Profitabilitas, Struktur_Aktiva, Ukuran_Perusahaan, Likuiditas					

Sumber : SPSS Versi 24.

Berdasar pada tabel tersebut, bisa ditarik kesimpulan bila variabel independen yaitu melalui cara bersamaan (simultan) memiliki dampak pada Struktur Modal dikarenakan mempunyai nilai $F^{(tabel)} 2,34 < F^{(hitung)} 6,795$ serta mempunyai tingkatan signifikansi yang lebih kecil daripada nilai $\alpha 0.05$ ($0.000 < 0.05$) Maka dari itu, hipotesis yang dikemukakan pada percobaan H_5 diterima, serta bisa ditarik kesimpulan bila Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, serta Pertumbuhan Perusahaan memiliki dampak yang signifikan pada Struktur Modal.

V. KESIMPULAN

Sektor industri manufaktur menjadi salah satu tumpuan dari perekonomian nasional yang mana memiliki peran yang substansial pada perkembangan perekonomian di Indonesia. Di era globalisasi saat ini perusahaan membutuhkan pendanaan atau modal yang digunakan untuk kegiatan investasi. Ketika melakukan pengelolaan keuangan, seberapa besar suatu perusahaan bisa mencukupi kebutuhan dana yang akan dipakai dalam operasi serta pengembangan usaha ialah salah satu unsur yang butuh diperhatikan. Perusahaan sebagai entitas yang beroperasi menurut prinsip ekonomi. Bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, namun juga turut menumbuhkan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemiliknya, dengan rencana strategis dan taktis yang disiapkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Guna memenuhi kebutuhan dana tersebut, perusahaan harus cermat dan teliti dalam menentukan keputusan pendanaan yang akan dipakai guna membiayai investasi tersebut.

Berdasar dari hasil pengujian serta pembahasan riset ini yang memiliki tujuan guna mendapatkan bukti yang empiris, maka bisa diambil kesimpulan, yaitu :

1. Profitabilitas (ROA) tidak memiliki dampak negatif pada Struktur Modal. Hal tersebut ditetapkan bahwa Profitabilitas mempunyai tingkat signifikansi sejumlah $0,073 > 0,05$ dengan nilai t-statistik sejumlah -1,821.
2. Likuiditas (CR) memiliki dampak negatif pada Struktur Modal. Hal tersebut ditetapkan bila Likuiditas memiliki tingkatan signifikansi $0,002 < 0,05$ dengan nilai t-statistik sejumlah -3,295.
3. Struktur Aktiva (SA) tidak mempunyai dampak negatif pada Struktur Modal. Hal tersebut ditetapkan bahwa Struktur Aktiva mempunyai tingkat signifikansi sejumlah $0,587 > 0,05$ dengan nilai t-statistik sejumlah -0,546.
4. Ukuran Perusahaan (*Size*) mempunyai dampak positif pada Struktur Modal. Hal tersebut ditetapkan bila Ukuran Perusahaan mempunyai tingkat signifikansi sejumlah $0,003 < 0,05$ dengan nilai t-statistik sejumlah 3,085.
5. Pertumbuhan Perusahaan (*Growth*) tidak memiliki dampak yang positif pada Struktur Modal. Hal tersebut ditetapkan bila Pertumbuhan Perusahaan mempunyai tingkat signifikansi sejumlah $0,054 > 0,05$ dengan nilai t-statistik sejumlah 1,965.

6. Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan serta Pertumbuhan Perusahaan dengan cara simultan memiliki efek positif pada Struktur Modal. Hal tersebut ditetapkan atas hasil uji F yang mempunyai tingkatan signifikansi sejumlah $0,000 < 0,05$ atas nilai F-statistik sejumlah 6,795.

DAFTAR PUSTAKA

- Angel, V., & Sumantri, F. A. (2018). Pengaruh Profitabilitas , Solvabilitas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2017 The Effect of Profitability , Solvability and Company. *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan T Eknologi*, 10(2), 59–69.
- Aset, P. S., Perusahaan, P., & Ukuran, D. A. N. (2021). *PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA BARANG DAN KONSUMSI Abstrak*. 4(1), 92–103.
- Dewi, G., & Wi, P. (2018). Pengaruh Profitabilitas , Ukuran Perusahaan Dan Ukuran Kap Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017 THE EFFECT OF PROFITABILITY , FIRM SIZE AND SIZE OF PUBLIC ACCOUNTANT FIRM OF. *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi - Vol . 10 . N O . 1 (2018)*, 1, 27–42.
- Fung, T. S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal pada Industri Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.178>
- Herlin Tundjung Setijaningsih, L. A. (2020). Analisis Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Aset, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(2), 801. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7662>
- Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis : Teori dan Aplikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kenny, S., & Nariman, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Makanan dan Minuman. *Jurnal Ekonomi*, November 2021, 581–597.
- Kharimah, T. N., & Sutandi, S. (2019). Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas Untuk Menilai Tingkat Kesehatan Perusahaan Pada Pt. Harapan Jaya Lestarindo Tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 91. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.176>
- Mulyani, N., & Agustinus, E. (2021). Analisa Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Aset, Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Arastirma*, 2(1), 19–26.
- Purwanti, D. (2021). Determinasi Kinerja Keuangan Perusahaan : Analisis Likuiditas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan (Literature Review Manajemen Keuangan). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 692–698. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.593>
- Sari, N. L. P. A. Y., Sunarsih, N. M., & Yulastuti, I. A. N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva, Dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 568–579.
- Septiana, A. (2019). *Analisis Laporan Keuangan : Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*. Duta Media.
- Sirait, P. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Ekuilibria.
- Sutandi. (2018). Analisis Struktur Modal Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Primanomics: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2).
- Wulandari, E., & Sutandi. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Financial Leverage, Dan Ukuran Perusahaan

Terhadap Income Smoothing (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Keuangan Sub Sektor Perbankan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 10(02), 1–14.

Pengaruh Motivasi, Komunikasi, Dan Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Dian Bangsa School)

Edwin Hartanto^{1)*}, FX. Pudjo Wibowo²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾EdwinHartanto90@gmail.com

²⁾fxpudjowibowo87@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Motivasi
Komunikasi
Stres Kerja
Kepuasan Kerja Pegawai
Pegawai

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami seberapa besar baik secara parsial maupun simultan antara variabel bebas (independent) (motivasi, komunikasi dan stress kerja) berdampak terhadap variabel terikat (dependent) (kepuasan kerja pegawai pada pegawai di Dian Bangsa School). Penelitian ini dilakukan pegawai di Dian Bangsa School, dengan penyebaran kuensioner pertanyaan sedangkan sampel Penelitian ini menggunakan Random Simpel Sampling Pengumpulan data dengan studi lapangan (interview, kuesioner dan observasi) ditunjukkan kepada pegawai di Dian Bangsa School dengan jumlah 80 pegawai. Analisis data statistik menggunakan uji realibilitas, normalitas, validitas, heterokesdatisitas, autokorelasi, determinasi koefisien, multikolinearitas, uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-f), dengan alat stastitik SPSS 25. R-squared Model 1 menunjukkan hasil R-squaed sebesar 0,831, pengaruh motivasi terhadap kepuasan kerja pegawai sebesar 83,1%, sedangkan $(100\% - 83,1\% = 16,9\%)$ dipengaruhi faktor lain. R-squared untuk Model 2 menunjukkan angka R-squared sebesar 0,872, dan pengaruh komunikasi terhadap kepuasan kerja pegawai sebesar 87,2%, sedangkan $(100\% - 87,2\% = 12,8\%)$ dipengaruhi oleh faktor lain. R-kuadrat Model 3 memperlihatkan bahwa nilai R-kuadrat adalah 0,888, pengaruh stres kerja terhadap kepuasan kerja pegawai sebesar 88,8%, sedangkan $(100\% - 88,8\% = 11,2\%)$ dipengaruhi oleh faktor lainnya. Nilai t diketahui bahwa t_{hitung} motivasi (X_1) adalah 9,364 dari t_{tabel} 1,664, t_{hitung} komunikasi (X_2) adalah 3,922, t_{hitung} stress kerja (X_3) adalah 3,372, dengan signifikasi $0,000 < 0,05$ artinya secara parsial berdampak signifikan antara motivasi, komunikasi dan stress kerja terhadap kepuasan kerja pegawai pada pegawai Dian Bangsa School. F_{hitung} model 1 ialah 384,130 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka 0,000 kurang dari 0,05 dan juga F_{hitung} lebih dari F_{tabel} atau $384,130 > 2,72$. Model 2 ialah 211,961 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka 0,000 kurang dari 0,05 dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $211,961 > 2,72$. Model 3 ialah 201,538

dengan tingkat signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan juga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $201,538 > 2,72$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bisa dikatakan bahwa motivasi, komunikasi dan stress kerja secara bersamaan atau simultan berdampak terhadap kepuasan kerja pegawai.

I. PENDAHULUAN

Penggunaan Sumber Daya Manusia di perusahaan, merupakan pencapaian tujuan dan kunci keberhasilan pada perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan bergantung dengan unsur manusianya. Di era globalisasi, semua perusahaan dituntut untuk membentuk sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas, Sumber daya manusia merupakan faktor utama bagi manajemen dikarenakan puncak keberhasilan perusahaan terhadap kualitas SDM yang dimiliki oleh perusahaan tersebut apabila perusahaan tersebut memiliki SDM yang berkualitas, dengan demikian perusahaan dapat menjalankan operasional secara efektif. Selanjutnya, hal tersebut akan meningkatkan kinerja dan dengan demikian mewujudkan tingkat kepuasan kerja yang tinggi. Seseorang yang memiliki kepuasan kerja tinggi akan memiliki perasaan positif pada pekerjaan yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki kepuasan kerja rendah memiliki perasaan negatif terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan tolak ukur dari pencapaian yang dikehendaki perusahaan. Manusia merupakan aspek utama pada seluruh aktivitas perusahaan sehingga menjadi aset perusahaan yang sangat vital. Tercapainya kinerja pada implementasi pekerjaan bergantung terhadap kapasitas SDM. Pengelolaan sumber daya manusia merupakan hal yang sangat penting yang harus menjadi perhatian supaya dapat mewujudkan tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan.

Pengalaman dan motivasi kerja yang baik yang bisa mendorong perusahaan untuk sukses dalam mewujudkan tujuan yang ditentukan. Karena dengan adanya kedua faktor tersebut membuat tingkat produktivitas kerja yang tinggi sehingga dapat menopang kesuksesan perusahaan. Kebalikannya apabila tingkat produktivitas turun, hal itu menghalangi perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Realitanya masih terdapat karyawan yang kurang termotivasi untuk melakukan pekerjaannya, hal ini terlihat dari besarnya kompensasi yang diterima oleh seorang pegawai.

Komunikasi merupakan landasan kehidupan setiap orang, baik sebagai makhluk sosial maupun personal. Juga pada kehidupan organisasi, tidak terdapat perusahaan yang bisa dibentuk tanpa komunikasi masing-masing anggotanya. Komunikasi yang dibuat antara anggota organisasi dinamakan komunikasi organisasi. Salah satu komunikasi yang sering atau mustahil terjadi pada suatu perusahaan ialah komunikasi interpersonal.

Manusia harus melakukan komunikasi, yang berarti bahwa seseorang membutuhkan orang lain, kelompok atau komunitas untuk berkomunikasi satu sama lain. Ini adalah esensi bahwa kebanyakan orang dibentuk oleh integrasi sosial satu sama lain. Dalam kehidupan ini, manusia sering bertemu dalam forum formal maupun informal.

Namun pada kenyataannya masih terdapat untuk komunikasi pegawai yang bekerja di Dian Bangsa School menyatakan bahwa merasa masih kurangnya komunikasi yang terjalin pada saat melakukan pekerjaan. Hal ini terjadi saat atasan memberikan pekerjaan kepada bawahan, namun bawahan sering kali kurang mengerti, dan takut untuk bertanya kepada atasannya. Sehingga sering menyebabkan pegawai salah paham dan membuat kesalahan dalam melakukan

pekerjaannya. Motivasi dan komunikasi sangat berdampak terhadap para pegawai yang bekerja pada Dian Bangsa School sehingga antar pegawai sebagian besar merasakan tidak nyaman saat melakukan pekerjaan.

Pada dunia kerja, stres yaitu faktor yang bisa mengakibatkan penurunan kinerja seseorang. Lingkungan kerja yang tidak kondusif untuk bekerja juga bisa berkontribusi terhadap stres kerja. Stres kerja adalah setiap kondisi kerja yang dirasakan pegawai sebagai penyebab stres kerja.

Namun pada kenyataannya masih adanya masalah yang terjadi didalam lingkungan kerja dan hal ini dipicu oleh masalah personal yang terjadi seperti masalah dengan teman sejawat yang memberi tekanan terhadap pikiran, dengan demikian menghambat produktivitas.

Kepuasan kerja yakni faktor terpenting yang bisa memengaruhi kinerja. Kepuasan kerja dapat dirasakan oleh masing-masing personal terhadap pekerjaannya sesuai dengan standar kriteria kepuasan yang ditetapkan. Pegawai dengan kepuasan kerja tinggi akan memperlihatkan prestasi lebih baik, sebaliknya, pegawai yang mempunyai kepuasan kerja yang rendah dapat memunculkan berbagai masalah dalam perusahaan sehingga menurunkan kinerja pegawai yang berakibat pada tidak tercapainya tujuan perusahaan. Untuk mendapatkan kepuasan kerja dan tercapainya tujuan organisasi, perusahaan perlu memotivasi pegawai dalam bekerja supaya lebih berkonsentrasi pada target perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi

Menurut (H. Al Fadjar Indrasari Meithiana, 2018,260) menyatakan:

“Motivasi merupakan sikap dan kondisi mental yang memberikan energi, menunjang aktivitas, dan mengarahkan perilaku dalam rangka mewujudkan pemuasan kebutuhan”.

Menurut (Diana Silaswara,Rinintha Parameswari,Agus Kusnawan, Eso Hermawan 2021, 2021) menyatakan:

“Motivasi adalah sesuatu yang penting dalam menciptakan semangat karyawan untuk melaksanakan tugas yang diberikan dari perusahaan, dan efektivitas merupakan efisiensi dan mendukung tujuan.

Komunikasi

Menurut (Hardjana (Khacrul Uman, 2018, 219) mengemukakan:

“Komunikasi artinya hubungan, pertukaran pikiran, percakapan, pembicaraan, dan pemberitahuan”.

Menurut ((Danang & dan Burhanuddin, 2015) menyatakan bahwa: “Komunikasi merupakan merupakan tahap dimana organisasi, personal, dan kelompok yang mengirim beragam jenis pesan atau informasi ke organisasi, oranglain, dan kelompok.

Stres Kerja

Menurut (Malayu S.P Hasibuan, 2017, 204) menyatakan :

“Stres kerja merupakan keadaan ketegangan yang mempengaruhi kondisi, emosi, dan proses berpikir seseorang”.

Sesuai pendapat (Sinambela, 2016, 472) menyebutkan :

“Tekanan kerja ialah rasa tekanan yang dirasakan pekerja ketika menghadapi pekerjaan.”

Kepuasan Kerja

Berdasarkan pendapat (Malayu S.P Hasibuan, 2017, 203) mengemukakan:

“Kepuasan kerja merupakan tolak ukur dalam mendorong semangat kerja, disiplin dan kinerja pegawai untuk menunjang tercapainya tujuan perusahaan”.

Menurut ((Sutrisno 2016, 2016) menyatakan bahwa :

“Kepuasan kerja merupakan sikap pegawai pada pekerjaan yang berkaitan dengan kondisi kerja, kerja sama antar tim dan pegawai, hasil yang diperoleh pada pekerjaan, dan sesuatu yang terkait faktor psikis dan psikologis. Dengan kepuasan kerja yang diperoleh, diharapkan kinerja karyawan yang tinggi bisa tercapai.

III. METODE

A. Jenis Penelitian

Dalam kajian ini untuk pengumpulan data-data yang relevan, maka digunakan jenis dan sumber data yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari metode: observasi, kuisisioner dan wawancara dalam kajian ini, pengumpulan sumber data primer dengan menyebarkan kuisisioner kepada pegawai Dian Bangsa School

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data dari sumber kedua yang bisa didapatkan dari buku-buku, jurnal-jurnal yang diperoleh melalui website yang berhubungan dengan data atau kajian yang bersumber dari orang-orang kedua atau bukan data se cara langsung.

3. Kuesioner

Kuesioner ini memuat pertanyaan yang akan dijawab responden, dimana terdapat 5 alternatif jawaban yang harus ditentukan responden. Skor pada kajian ini diberikan melalui skala likert.

Objek Penelitian

Sekolah Dian Bangsa merupakan sebuah lembaga pendidikan yang ada di Kabupaten Tangerang yang beralamat di Jalan Villa Taman Bandara Blok 08 No. 7 dan 8, Kosambi. Tangerang 15211 dengan No. SK Operasional 421.i/335/Disdik dan Tanggal SK Operasional 2019-07-24. Pada awal berdirinya pada Tahun 2003 sekolah ini bernama Candra Naya dan hanya mempunyai KB dan TK saja dan seiring dengan perkembangan dalam dunia pendidikan dan antusias warga setempat yang masih banyak yang membutuhkan pendidikan maka tahun 2006 menjadi TK, SD dan SMP dan Tahun 2010 dibukanya SMA.

Sumber Data

Data digunakan untuk memperoleh dan untuk mengetahui deskripsi suatu metode, yakni dalam bentuk data dokumen, manusia, maupun informasi.

B. Populasi dan Sampel

Sesuai dengan pendapat (Sujarweni, 2015,80) mengemukakan:

“Populasi merupakan seluruh jumlah yang meliputi subyek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan penulis untuk dikaji lalu disimpulkan.”

Sesuai dengan pendapat (Sugiyono, 2017,156) menyebutkan ukuran sampel untuk penelitian, sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak pada penelitian dari 30 hingga 500.
2. Jika sampel digolongkan pada kategori (contohnya: pegawai negeri-swasta, pria-wanita, dan lainnya) dengan demikian jumlah anggota sampel masing-masing kategori paling sedikit 30.
3. Jika analisis penelitian menggunakan multivariate (contohnya regresi ganda atau korelasi), dengan demikian jumlah anggota sampel paling sedikit 10 kali dari banyaknya variabel yang diamati. Contohnya variabel penelitiannya ada 5 (bebas dan terikat), maka jumlah anggota sampelnya = $10 \times 5 = 50$.

Metode sampling jenuh penelitian ini di pilih sebagai metode untuk menentukan jumlah sampel karena jumlah populasi cenderung kecil yakni sejumlah 80 responden (seluruh pegawai). Metode sampling jenuh merupakan teknik meentukan sampel jika

seluruh anggota populasinya di gunakan sebagai sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2016b) mengemukakan teknik dalam mengumpulkan data bisa dilaksanakan melalui berbagai cara, sebagai berikut:

1. Wawancara (Interview)
2. Kuisisioner (angket)
3. Observasi (pengamatan)

Teknik Analisa Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan mendeskripsikan berbagai karakteristik data yang berasal dari sampel. Statistik deskriptif seperti quartile, desil, presentil, modus, media, dan mean berupa analisis diagram/gambar maupun angka. Pada analisis deskriptif dilah pervariabel.

1. Uji Validitas

“Kuesioner dinyatakan valid apabila memiliki dukungan yang kuat pada pernyataan terhadap kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang hendak diuji kuesioner itu

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan mengukur kuesioner yang menjadi indikator dari variabel, Kuesioner dinyatakan handal atau reliabel apabila jawaban seseorang pada pernyataannya bersifat tetap.

3. Model Statistik

a. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan korelasi secara linear antar 2 atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel terikat (Y).

b. Uji Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk 2 variabel bebas dan 1 terikat. Nilai R sekitar 0-1, semakin mendekati 1 maka korelasi yang timbul semakin kuat dan sebaliknya nilai yang mendekati 0, dengan demikian semakin lemah hubungan kedua variabel.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi untuk melihat persentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara serentak pada variabel terikat.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji signifikansi koefisien korelasi, selain bisa memakai tabel juga bisa dihitung menggunakan uji t, peneliti memakai alat bantu dengan software SPSS 24.0.

b. Uji F

Analisis varian digunakan jika varian ketiga kelompok data bersifat homogen. Dengan demikian, sebelum analisis varian digunakan untuk menguji hipotesis, dengan demikian harus diuji homogenitas varian lebih dulu melalui pengujian F.

IV. HASIL

1. Uji Validitas

Variabel Motivasi (X1)

Indikator	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket
1	0,648	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
2	0,792	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,717	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,715	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,706	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,778	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,763	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,697	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,803	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,641	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000

- a. Tabel total dari item statistik memperlihatkan hasil validitas untuk 10 pernyataan.
- b. r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 2 dari responden yang diteliti sehingga r tabel diketahui 0,2199.
- c. Untuk membandingkan r aritmatikan terhadap r tabel, output dan tabel harus memiliki setidaknya 1 korelasi.

Variabel Komunikasi (X2)

Indikator	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket
1	0,660	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
2	0,530	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,616	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,597	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,763	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,615	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,694	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,487	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,523	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,326	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000

- a. Tabel total dari item statistik menunjukkan hasil validitas untuk 10 pernyataan.
- b. r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 2 dari responden yang diteliti sehingga memperoleh r tabel senilai 0,2199.

- c. Untuk membandingkan r aritmatikan dengan r tabel, output dan tabel harus memiliki setidaknya 1 korelasi.

Variabel Stress Kerja (X3)

Indikator	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket
1	0,705	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
2	0,909	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,827	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,787	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,767	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,598	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,638	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,559	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,538	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,592	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000

- a. Tabel total dari item statistik memperlihatkan hasil validitas bagi 10 pernyataan.
- b. r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 2 dari responden yang diteliti sehingga memperoleh r tabel sebesar 0,2199.
- c. Untuk membandingkan r aritmatikan terhadap r tabel, output dan tabel harus memiliki setidaknya 1 korelasi.

Variabel Kepuasan Kerja Pegawai (Y)

Indikator	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Ket
1	0,808	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000

2	0,823	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
3	0,481	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
4	0,685	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
5	0,620	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
6	0,226	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
7	0,511	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
8	0,389	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
9	0,444	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000
10	0,503	0,2199	valid dengan nilai sig 0,000

- a. Tabel total dari item statistik menunjukkan hasil validitas bagi 10 pernyataan.
- b. r tabel menunjukkan taraf signifikansi 5% apabila seluruh responden dikurangi 2 dari responden yang diteliti sehingga memperoleh rtabel senilai 0,2199.
- c. Untuk membandingkan r aritmatikan terhadap r tabel, output dan tabel harus memiliki setidaknya 1 korelasi.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Motivasi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	10

Tabel tersebut memperlihatkan seluruh pernyataan mempunyai nilai *alpha Cronbach's* di atas 0,7, yang di mana menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Temuan dari SPSS dapat dipercaya, dan koefisien kepercayaan adalah 0,928, yang

sangat baik dan dapat diandalkan.

Uji Reliabilitas Komunikasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	10

Tabel di atas memperlihatkan seluruh pernyataan memiliki nilai *alpha Cronbach's* > 0,7, yang di mana menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Temuan dari SPSS dapat dipercaya, dan koefisien kepercayaan adalah 0,867, yang sangat baik dan dapat diandalkan.

Uji Reliabilitas Stress Kerja (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	10

Tabel di atas memperlihatkan seluruh pernyataan memiliki nilai *alpha Cronbach's* > 0,7, yang di mana menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Temuan dari SPSS dapat dipercaya, dan koefisien kepercayaan adalah 0,916, yang sangat baik dan dapat diandalkan.

Uji Reliabilitas Kepuasan Kerja Pegawai (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,849	10

Tabel di atas memperlihatkan seluruh pernyataan memiliki nilai *alpha Cronbach's* > 0,7, yang di mana menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Temuan dari SPSS dapat dipercaya, dan koefisien kepercayaan adalah 0,849, yang sangat baik dan dapat diandalkan.

Uji Hipotesis

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Standardized Coefficients	T		Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.237	1.633		4.431	.000		
	Motivasi	1.089	.056	.912	19.599	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	4.331	1.550		2.794	.007		
	Motivasi	.826	.072	.691	11.414	.000	.454	2.201
	Komunikasi	.371	.075	.298	4.923	.000	.454	2.201
3	(Constant)	3.327	1.485		2.239	.028		
	Motivasi	.711	.076	.595	9.364	.000	.363	2.752
	Komunikasi	.292	.074	.235	3.922	.000	.410	2.441
	SStress Kerja	.210	.062	.197	3.372	.001	.429	2.329

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja Pegawai

Kolom Sig menunjukkan nilai probabilitas motivasi sebesar 0,000, nilai probabilitas komunikasi sebesar 0,000 dan nilai stress kerja 0,000. Sehingga probabilitas < 0,05 artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka ada pengaruh signifikan atau motivasi, komunikasi dan stress kerja yang berdampak terhadap kepuasan kerja pegawai

Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3326.019	1	3326.019	384.130	.000 ^b
	Residual	675.369	78	8.659		
	Total	4001.388	79			
2	Regression	3487.715	2	1743.857	261.406	.000 ^c
	Residual	513.673	77	6.671		
	Total	4001.388	79			
3	Regression	3554.577	3	1184.859	201.538	.000 ^d
	Residual	446.811	76	5.879		
	Total	4001.388	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja Pegawai

b. Predictors: (Constant), Motivasi

c. Predictors: (Constant), Motivasi, Komunikasi

d. Predictors: (Constant), Motivasi, Komunikasi, SStress Kerja

didapatkan F hitung untuk model 1, model 2, dan model 3 memiliki tingkatan total 4001,388, dengan nilai signifikan 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai F hitung $> F$ tabel sebesar 2,72. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan linear antara variabel motivasi, komunikasi, dan stress kerja terhadap kepuasan kerja pegawai.

V. KESIMPULAN

1. analisa pengaruh motivasi, komunikasi dan stress kerja terhadap kepuasan kerja

pegawai dengan menggunakan analisis koefisien korelasi, di ketahui bahwa koefisien

korelasi motivasi(X_1) sebesar 0,912 yang berarti dimana korelasi memiliki hubungan

yang positif terhadap kepuasan kerja kerja, komunikasi(X_2) menunjukkan koefisien

korelasi sebesar 0,809, hal ini berarti menunjukkan hubungan yang positif terhadap kepuasan kerja pegawai, dan Stress kerja (X_3) menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,788, hal ini berarti menunjukkan hubungan yang positif terhadap kepuasan kerja pegawai.

2. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti dapat dikatakan bahwa motivasi, komunikasi dan stress kerja secara bersama-sama atau simultan berdampak terhadap kepuasan kerja pegawai.
3. Hal ini menyatakan bahwa besarnya pengaruh konflik kerja terhadap kepuasan kerja pegawai adalah sebesar 88,8 % sedangkan ($100\% - 88,8\% = 11,2\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- (Diana Silaswara, Rinintha Parameswari, Agus Kusnawan, Eso Hermawan 2021, P. 152. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV Pustaka Kreasi Mandiri.
- Fx. Pudjo Wibowo, 2019, 2012. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
- Ghozali. (2018a). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Keempat.
- Pujiarti, 2019, 3. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Sutrisna, 2022, 1. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prosiding Ekonomi dan Bisnis.
- Sugiyono. (2017a). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta, CV.
- Kusnawan Agus, 2018, 3. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prosiding Ekonomi dan Bisnis.
- Handoko dan Widayatun (H. Al Fadjar Ansory dan Meithiana Indrasari. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indomedia Pustaka.
- (Arif Yusuf Hamali. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Center for Academic Publishing Service.
- (Bintoro Dan Daryanto. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gava Media.
- (H. Al Fajar Ansory dan Meithiana Indrasari. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indomedia Pustaka.
- (mangkunegara. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Remaja Rosdakarya.
- Ansory, H Al Fadjar, Indasari, M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indomedia Pustaka.
- Dennis Murphy (Khaerul Umam. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Setia.
- Edwin B. Flippo (Arif Yusuf Hamali. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Center for Academic Publishing Service.
- Fadjar, H. A. A. dan M. I. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indomedia Pustaka.

Ghozali, I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.

Handoko dan Widayatun (H. Al Fadjar Ansory dan Meithiana Indrasari. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Indomedia Pustaka.

Hardjana (Khacrul Uman. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Setia.

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan sub Sektor Property dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020

Monica¹⁾, Peng Wi²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾monicalewinsky2510@gmail.com

²⁾ppengwie@yahoo.co.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Profitabilitas
Struktur Aset
Likuiditas
Solvabilitas
Struktur Modal

Abstrak

Struktur modal perusahaan ialah sumber dana tetap yang berasal dari hutang dalam jangka yang panjang, ekuitas, dan saham preferen. Salah satu sumber dana yang didapatkan perusahaan demi mengembangkan usahanya juga bisa bersumber dari internal maupun eksternal, keduanya sangat mempengaruhi struktur modal, sebab struktur modal mempunyai pengaruh secara langsung akan baik buruknya kondisi keuangan dalam perusahaan, terutama adanya kewajiban.

Penelitian yang berjalan ini mempunyai tujuan dalam mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas, struktur aset, likuiditas dan solvabilitas terhadap struktur modal. Adapun yang dijadikan populasi yaitu laporan keuangan pada perusahaan sektor properti dan real estate yang tercatat dalam BEI pada jangka 2018-2020.

Dalam memilih sampel memakai purposive sampling yang mana total sampel didapat berjumlah 10 perusahaan dengan durasi riet 3 tahun yang akhirnya ada 30 sampel. Pengolahan data riset dibantu dengan alat SPSS versi 24 dengan regresi linier berganda.

Hasil riset menjelaskan struktur aset dan solvabilitas berpengaruh terhadap struktur modal. Sementara ada 2 variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal yaitu profitabilitas dan likuiditas.

I. PENDAHULUAN

Dunia usaha membutuhkan dana atau modal yang akan digunakan untuk kegiatan investasi. Bisnis yang menggunakan pembiayaan utang bisa menjadikan berkurangan biaya dalam pajak serta mampu meningkatkan laba atas perluasan bisnis. Dalam hal ini, modal digunakan sebagai penunjang berjalannya kegiatan perusahaan yang mana modal ini bukan termasuk dari SDM Pekerja, bahan baku serta factor pendukung lainnya. Sumber modal yang digunakan dalam bisnis meliputi ekuitas dan hutang, dengan durasi yang Panjang ataupun pendek. Struktur modal tersebut sebagian dari struktur keuangan yang begitu urgen dalam menentukan kebijakan mendasar, karena keputusan ini dapat meningkatkan operasional perusahaan dalam rangka memaksimalkan pendapatannya.

Setiap bisnis yang berkembang memerlukan peningkatan kebutuhan moda. Meningkatkan modal tidak serta merta menentukan keuntungan atau kerugian menggunakan modal. Ini terwujud dalam tingkat dan efektivitas hasil dari tahun ke tahun. Dengan mengetahui kemajuan penambahan atau pengurangan modal, pemimpin dapat mengambil keputusan yang tepat, jika menurun, pemimpin perusahaan dapat membuat kebijakan untuk mengetahui masalah yang muncul di perusahaan.

Dalam riset ini mempunyai tujuan mengetahui apakah variabel profitabilitas, struktur aset, likuiditas, dan solvabilitas berpengaruh pada struktur modal. Dan menguji apakah keempat variabel tersebut secara simultan berdampak pada struktur modal.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Keuangan

Akuntansi Keuangan yaitu keilmuan dalam bidang akuntansi yang berisi laporan-laporan dalam bentuk arus kas, perubahan modal, laba rugi, dan neraca.

Menurut (Sochib, 2018) menjelaskan :

“Akuntansi untuk transaksi keuangan mencakup pengumpulan, analisis, dan pelaporan data moneter untuk tujuan membuat pilihan bisnis yang terdidik.”

Menurut (Yuniarsih, 2018) dalam buku ajar menengah Akuntansi Keuangan yaitu :

“bidang yang ada pada akuntansi yang masih berkaitan dengan proses langkah demi langkah yang sistematis dalam membuat laporan keuangan bisnis.”

Laporan Keuangan

Laporan keuangan menurut Mutiah (2019) dalam buku Dasar-dasar Memahami Rasio dan Laporan Keuangan (Dr. Darmawan, 2020) adalah :

“Laporan Keuangan yaitu sebuah dokumen dengan empat bagian utama yang meringkas operasi dan posisi keuangan organisasi”.

Menurut Riswan dalam buku Dasar-dasar Memahami Rasio dan Laporan Keuangan (Dr. Darmawan, 2020)

“Perincian komprehensif dari semua hasil moneter yang mungkin diharapkan diperoleh bisnis dari operasinya dalam jangka waktu tertentu.”.

Struktur Modal

Menurut Agus Sartono (2020) dalam buku Struktur Modal yang telah dikutip oleh (Umar Hamdan Nasution & Lukman Hakim Siregar, n.d.) menyatakan bahwa :

“Struktur modal yaitu Pertahankan rasio utang jangka panjang yang stabil terhadap utang jangka pendek, saham preferen terhadap saham biasa, dan saham biasa terhadap saham preferen.”

Menurut Brigham (2020) dalam buku Struktur Modal yang telah dikutip oleh (Umar Hamdan Nasution & Lukman Hakim Siregar, n.d.) “Saat membuat keputusan tentang Struktur Modal mereka, bisnis harus mempertimbangkan hal-hal seperti stabilitas penjualan, struktur aset, leverage, operasi, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, kontrol, sikap manajemen, sikap pemberi pinjaman dan lembaga pemeringkat, kondisi pasar, dan kondisi bisnis internal. ”

Profitabilitas

Menurut Fahmi dalam buku Determinan Nilai Perusahaan yang telah dikutip oleh (Dr. Nagian Toni & Silvia, 2021) menyatakan bahwa “Rasio ini mencerminkan total keberhasilan manajemen, yang dibuktikan dengan proporsi laba terhadap penjualan dan investasi.”

Menurut (Anggraeni et al., 2018) menyatakan bahwa “Profitabilitas yaitu keberhasilan keuangan perusahaan yang pengukurannya melalui Return On Assets dalam hal kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan melalui manajemen aset (ROA).”

$$ROA = \text{PENDAPATAN BERSIH} \div \text{TOTAL ASET} \times 100\%$$

Struktur Aset

Struktur Aset Menurut Riyanto dalam (Aurelia & Tundjung Setijaningsih, 2020) “Struktur aktiva atau struktur kekayaan yaitu aset lancar terhadap perbandingan atau penyeimbangan aset tetap secara absolut atau relatif. Grafik perbandingan absolut dan relatif keduanya menampilkan data numerik dan persentase.”

$$STRUKTUR AKTIVA = \text{AKTIVA TETAP} \div \text{TOTAL ASET} \times 100\%$$

Likuiditas

Menurut Riyanto dalam (Moghtaderi et al., 2020) Kapasitas untuk dengan cepat mengubah beberapa aset perusahaan menjadi uang tunai adalah salah satu ukuran likuiditasnya.

Menurut (Anggraeni et al., 2021) “Likuiditas yaitu rasio kas mengevaluasi aset yang dimiliki oleh hutang pendek perusahaan dan memberikan gambaran tentang upaya badan untuk melunasi hutang pendek dengan aset lancar.”

$$CR = \text{AKTIVA LANCAR} \div \text{UTANG LANCAR} \times 100\%$$

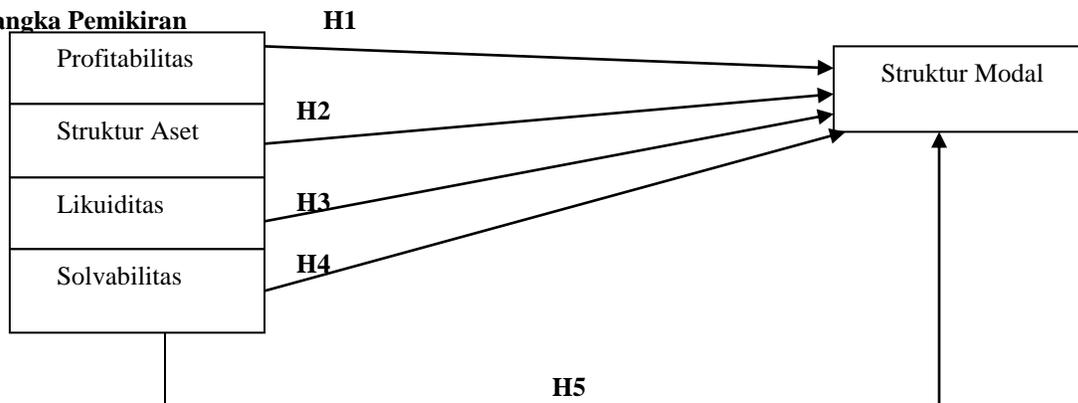
Solvabilitas

Menurut (Limajatini et al.,2022) “Solvabilitas yaiturasio yang menjelaskan kemampuan perusahaan dalam pemenuhan komitmen keuangan saat ini dan masa depan.”

Menurut Munawir (2007: 8), dalam (Chielvera et al., 2019) “Solvabilitas yaitumemberikan bukti bahwa perusahaan dapat membayar tagihannya jika terjadi likuidasi, baik jangka pendek maupun jangka panjang.”

$$DR = TOTAL UTANG \div TOTAL ASET \times 100\%$$

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H1 : Profitabilitas berdampak pada struktur modal
- H2 : Struktur aset berdampak padastruktur modal
- H3 : Likuiditas berdampak padastruktur modal
- H4 : Solvabilitas berdampak padastruktur modal
- H5 :Profitabilitas, Struktur aset, Likuiditas, dan Solvabilitas berdampak secara bersama-sama (simultan) padastruktur modal

III. METODE

Populasi dan Sampel

Pada riset yang berjalan ini memakai 30 perusahaan yang dipilih menjadi sampel dengan kriteria berikut :

1. Perusahaan yang tercatat dalam BEI dalam kurun waktu 2018 - 2020
2. Perserikatan dagang yang memaparkan laporan tentang keuangan dengan full dan akan di publish pada kurun waktu 2018-2020 di BEI.
3. Perserikatan dagang yang menyajikan laporan keuangan selama periode 2018-2020 di BEI menggunakan mata uang rupiah.
4. Perserikatan dagang yang tidak bangkrut
5. Perserikatan dagang yang mempunyai penilaian outlier

Teknik Pengumpulan Data

Dokumentasi dan Studi Kepustakaan adalah metode penyusunan dan pendokumentasian sinopsis pencatatan di BEI untuk laporan pada keuangan perusahaan tahun 2018 dan 2020. Baik dalam bentuk e-book, jurnal akuntansi, website, perpustakaan, atau sumber daya lainnya, data tersebut digunakan sebagai acuan dalam mengolah dan menganalisis data.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel Independenyang dipergunakan antara lain Profitabiltas, Struktur Aset, Likuiditas dan Solvabilitas. Sementara variable dependen yaitu Struktur Modal. Berikut Penjelasannya :

1. Profitabilitas

Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba

$$ROA = \text{PENDAPATAN BERSIH} \div \text{TOTAL ASET} \times 100\%$$

2. Struktur Aset

Struktur Aset adalah variabel independen penting kedua yang berdampak pada variabel dependen. Rasio aset tetap terhadap total aset dipakai guna pengukuran struktur aset.

$$\text{STRUKTUR AKTIVA} = \text{AKTIVATETAP} \div \text{TOTAL ASET} \times 100\%$$

3. Likuiditas

Kesesuaian dengan jadwal yang ada dalam kemampuan perusahaan melakukan pemenuhan kewajiban keuangannya dengan jangka pendek. Dalam memahami kelancaran aset dari perusahaan dalam membayar hutangnya secara cepat dalam jangka pendek.

$$CR = \text{AKTIVA LANCAR} \div \text{UTANG LANCAR} \times 100\%$$

4. Solvabilitas

Analisis dampak utang terhadap manajemen aset, atau sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang.

$$DR = \text{TOTAL UTANG} \div \text{TOTAL ASET} \times 100\%$$

5. Struktur Modal (Variabel Dependen)

Uang asing baik dalam jangka yang pendek ataupun panjang, harus diimbangi dengan total permodalan pribadi yang dipilih perusahaan. Salah satu cara untuk menentukan berapa banyak modal perusahaan yang diperoleh melalui utang daripada ekuitas.

$$DER = \text{TOTAL UTANG} \div \text{TOTAL EKUITAS} \times 100\%$$

Teknik Analisis Data

Statistik deskriptif digunakan, dan berbagai uji asumsi klasik, seperti untuk normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, diterapkan, seperti analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji signifikansi (termasuk uji t), parsial korelasi, dan korelasi simultan (F).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

- Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mea n	Std. Deviation
Profitabilitas	30	-.01	.79	.0657	.14151

Struktur Aset	30	.05	.90	.5070	.21933
Likuiditas	30	1.00	7.15	3.1573	1.61401
Solvabilitas	30	.08	.64	.3550	.16015
Struktur Modal	30	.09	1.68	.6530	.44935
Valid (listwise)	N 30				

Sumber : SPSS Versi 24.

Profitabilitas memiliki nilai standar deviation dengan 0,14151 dengan skor min -0.01, skor max 0,79 serta skor mean 0,0657. Struktur Aset memiliki nilai standar deviation dengan 0,21933 melalui skor min 0,05, skor max 0,90 serta skor mean 0,5070. Likuiditas memiliki skor standar deviation dengan 1,61401 melalui skor min 1,00 skor max 7,15 serta skor mean 3,1573. Solvabilitas memiliki nilai standar deviation dengan 0,16015 melalui skor min 0,08, skor max 0,64 serta skor mean 0,3550.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09402349
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.084
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : SPSS

Versi 24.

Data residual mempunyai skor $\geq 0,05$ dan oleh sebab itu dapat digunakan, sig. (2-tailed) adalah 0,200, menjelaskan data terdistribusi secara normal

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

Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Profitabilitas	.897	1.115
	Struktur Aset	.531	1.883
	Likuiditas	.730	1.370
	Solvabilitas	.614	1.628

Sumber : SPSS Versi 24.

Hasil riset menunjukkan tidak terlibat dari Multikolinearitas sebab dari setiap variabel independen memiliki skor Tolerance > 0.1 dan VIF < 10.

Uji Autokorelasi

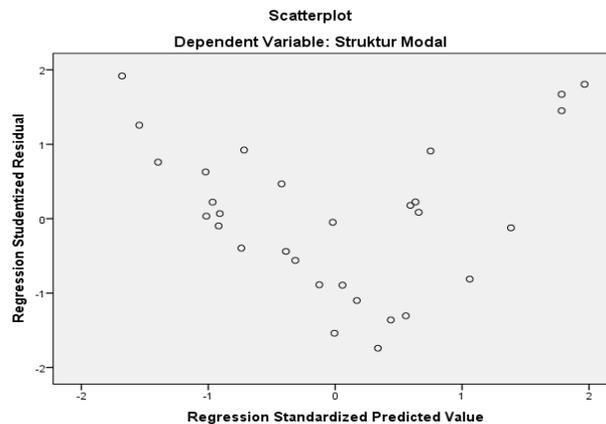
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.978 ^a	.956	.949	.10127	1.087

- a. Predictors: (Constant), Solvabilitas, Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Aset
- b. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber : SPSS Versi 24.

Dari table tersebut memaparkan hasil uji Durbin-Watson sebesar 1.087, yang mana skor nya ada pada angka -2 dan +2. Maka sebab itu simpulan dari model regresi riset ini tidak terikat dari autokorelasi sebab $-2 < 1.087 < 2$.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : SPSS Versi 24.

Dapat disimpulkan titik-titik menunjukkan data yang menjadi tersebar dengan acak pada posisi atas ataupun dibawah 0 (No1) dalam sumbu Y serta tidak berbentuk pola.

Uji Statistik

- Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.493	.129		-3.812	.001
	Profitabilitas	-.025	.140	-.008	-.175	.863
	Struktur Aset	.306	.118	.149	2.600	.015
	Likuiditas	-.014	.014	-.052	-1.060	.299
	Solvabilitas	2.923	.150	1.042	19.512	.000

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber : SPSS Versi 24.

Perolehan persamaan rumus regresi linear berganda yaitu :

$$DER = -0.493 - 0.025 ROA + 0.306 SA - 0.014 CR + 2.293 DR + \varepsilon$$

Analisa Persamaan diatas antara lain :

1. Dalam persamaan linier berganda, -0,493 adalah nilai konstanta (). Nilai Profitabilitas (X1), Struktur Aktiva (X2), Likuiditas (X3), dan Solvabilitas memaparkan skor variabel terikat Struktur Modal ialah -0,493 jika keempat variabel ini semuanya sama dengan nol (Zero).
2. Dengan kata lain, ketika rasio laba bersih terhadap total aset naik satu unit, struktur modal menyusut -0,025 unit, menjelaskan profitabilitas berkorelasi negatif dengan struktur modal bila mempertimbangkan variabel yang mempengaruhi struktur modal tetap.
3. Dengan asumsi bahwa variabel-variabel yang berdampak pada Struktur Modal Tetap berpengaruh, peningkatan Struktur Aset 0,306 menjelaskan hubungan positif antara struktur aset dan struktur modal, dengan peningkatan struktur aset untuk setiap kenaikan satu unit rasio aset terhadap total aktiva.
4. Berdasarkan koefisien regresi Likuiditas (X3) sebesar -0,014, peningkatan rasio aset terhadap kewajiban lancar sebesar 1 unit akan menjadi turun Struktur Modal -0,014 jika faktor lain yang mempengaruhi Struktur Modal tetap konstan.
5. Solvabilitas dan Struktur Modal memiliki hubungan positif, dengan setiap kenaikan unit total utang terhadap total aset mengalami peningkatan Struktur Modal 2.293, memakai asumsi variabel yang mempengaruhi Struktur Modal tetap stabil.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.978 ^a	.956	.949	.10127

a. Predictors: (Constant), Solvabilitas, Likuiditas,

Profitabilitas, Struktur Aset

b. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber : SPSS Versi 24

Hasil Adjusted R² yakni 0,949 atau 94,9% dari skor ini menjelaskan variabel Profitabilitas, Struktur Aktiva, Likuiditas, dan Solvabilitas dapat melakukan pengukuran kebaikan pada persamaan regresi berganda, yaitu menampilkan persentase total variasi variabel dependen yang dipaparkan pada variabel independen pada Struktur Modal.

Uji Hipotesis

- Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	sta	-.493	.129		-3.812	.001
	Profitabilitas	-.025	.140	-.008	-.175	.863
	Struktur Aset	.306	.118	.149	2.600	.015
	Likuiditas	-.014	.014	-.052	-1.060	.299
	Solvabilitas	2.923	.150	1.042	19.512	.000

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber : SPSS Versi 24

U

dilihat dari tabel diatas, bahwa disimpulkan hasil uji t antara lain:

- Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal
 Hipotesis pertama yang diberikan H1 ditolak karena nilai t hitung ^(tabel) pada variabel Profitabilitas > t hitung ^(hitung) dengan 0,175, dan tingkat signifikansi > nilai 0,05 (0,863 > 0,05).
- Pengaruh Struktur Aset terhadap Struktur Modal
 Ambang signifikansi < 0,05 (0,015 0,05), sehingga kita bisa menyimpulkan bahwa H2 dapat diterima, karena variabel Struktur Aset memiliki nilai t(tabel) 1,706 t ^(hitung) 2,600, menunjukkan bahwa Struktur Aset mempunyai dampak yang substansial pada Struktur Modal.
- Pengaruh Likuiditas terhadap Struktur Modal
 Saran penelitian ini adalah H3 ditolak karena uji t untuk variabel Likuiditas menghasilkan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 (0,299 > 0,05), menjelaskan likuiditas tidak berdampak signifikan pada Struktur Modal.
- Pengaruh Solvabilitas terhadap Struktur Modal

Hasil pengujian hipotesis memaparkan hipotesis yang diajukan H4 didukung, dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 (0,000 0,05) untuk variabel solvabilitas, memaparkan solvabilitas memiliki dampak yang cukup besar terhadap struktur modal.

- **Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.599	4	1.400	136.49	.000 ^b
	n				7	
	Residual	.256	25	.010		
	Total	5.855	29			

a. Dependent Variable: Struktur Modal

b. Predictors: (Constant), Solvabilitas, Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Aset

Sumber : SPSS Versi 24

Berlandaskan isi table tersebut bisa ditentukan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh simultan (simultan) terhadap Struktur Modal sebab mempunyai nilai $F^{(tabel)} 2,74 < F^{(hitung)} 136,497$ serta mempunyai tingkat signifikansi $< \text{nilai } 0,05 (0,000 < 0,05)$.

Pembahasan

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal

Dari hasil uji menjelaskan Profitabilitas tidak berdampak signifikan pada Struktur Modal sebab skor t hitungnya (tabel) $> t$ hitungnya sebesar 0,175, dan tingkat signifikansinya $> 0,05 (0,863 > 0,05)$.

2. Pengaruh Struktur Aset terhadap Struktur Modal

Hasil uji menjelaskan bahwa struktur aset berdampak signifikan pada struktur modal, dengan nilai t untuk variabel t(tabel) 1,706 t(hitung) 2,600 dan tingkat signifikansi 0,015 0,05. Ketika nilai aset fisik perusahaan meningkat, aset tersebut dapat digunakan sebagai jaminan, menurunkan risiko tantangan seperti biaya tetap utang.

3. Pengaruh Likuiditas terhadap Struktur Modal

Hasil riset menjelaskan bahwa tidak ada relasi yang signifikan secara statistik antara likuiditas dan struktur modal (t(tabel) 1,706 $> t$ (hitung) 1,060, tingkat signifikansi $> 0,05$). Istilah "likuiditas" digunakan untuk menggambarkan sumber daya perusahaan dan kapasitasnya untuk memenuhi komitmennya yang jatuh tempo kepada pemangku kepentingan eksternal dan internal.

4. Pengaruh Solvabilitas terhadap Struktur Modal

Ambang signifikansi untuk variabel solvabilitas $< 0,05 (0,000 0,05)$, dan nilai t(tabel) 1,706 t(hitung) 19,512 menunjukkan bahwa solvabilitas memiliki pengaruh yang cukup besar pada struktur modal.

Kata "solvensi" digunakan untuk menggambarkan kapasitas perusahaan dalam pemenuhan komitmen keuangannya, termasuk pembayaran bunga dan pokok utang, hanya dengan menggunakan kas yang tersedia dan aset likuid lainnya.

5. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Struktur Modal

Hasil uji statistik, termasuk uji F simultan, menunjukkan bahwa variabel ROA, SA, CR, dan DR semuanya berpengaruh terhadap Struktur Modal secara bersamaan. Karena tingkat signifikansinya $< 0,05 (0,000 0,05)$, dengan skor F (tabel) 2,74 F (hitung) 136.497.

V. KESIMPULAN

Adapun simpulan yang dapat diambil dalam riset ini antara lain :

1. Profitabilitas tidak mempunyai dampak pada Struktur Modal, dengan sig yaitu $0.863 > 0.05$. H1 ditolak.
2. Struktur Aset berdampak pada Struktur Modal, dengan sig $0.015 < 0.05$. H2 diterima.
3. Likuiditas tidak mempunyai dampak pada Struktur Modal, dengan sig $0.299 > 0.05$. H3 ditolak.
4. Solvabilitas mempunyai dampak pada Struktur Modal dengan sig $0.000 < 0.05$. H4 diterima.
5. Seluruh variabel independen mempunyai dampak dengan bersamaan pada Struktur Modal dengan sig $0.000 < 0.05$. H5 menjadi diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldila Septiana, M. P. (2019). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*. Duta Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=xyH7DwAAQBAJ>
- Aurelia, L., & Tundjung Setijaningsih, H. (2020). Analisis Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Aset, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(April), 801–807.
- Ayuningtyas, N., & Susanto, L. (2020). *PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR ASET, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LIKUIDITAS TERHADAP STRUKTUR MODAL*. 2(April), 536–546.
- Budiono, & Septiani, N. (2017). PENGARUH INFLASI, SUKU BUNGA SBI, KURS US DOLLAR TERHADAP RUPIAH, PAJAK, SOLVABILITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN LQ-45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2010-2015. *Bisnis Manajemen*, 9(2), 119–134.
- Chielvera, N., Wulandari, S., Lestari, P. P., Mardini, & Husnu, N. R. I. (2019). *Pengaruh Rasio Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi PT. Astra Agro Lestari Tbk periode 2007-2019)*. *Idx*, 50–61.
- Dewinigrat, A. I., & Mustanda, I. K. (2018). PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN STRUKTUR ASET TERHADAP STRUKTUR MODAL. *Manajemen Unud*, 7(7), 3471–3501.
- Dr. Darmawan, M. A. B. (2020). *Dasar-dasar Memahami Rasio dan Laporan Keuangan*. UNY Press. <https://books.google.co.id/books?id=oggREAAAQBAJ>
- Dr. Nagian Toni, S. S. M. M. C. C., & Silvia, S. A. M. M. (2021). *Determinan Nilai Perusahaan*. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=oNcrEAAAQBAJ>
- Ema Putra, D., & Wijaya Kesuma, I. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran, Pertumbuhan Terhadap Struktur Modal Industri Otomotif Di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(6), 255249.
- Fachri, S., & Adiyanto, Y. (2019). Pengaruh Non-Debt Tax Shield , Firm Size , Business Risk Dan Growth Opportunity Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sub-Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(1), 73–88.
- Julimar, R. D., & Priyadi, M. P. (2021). Pengaruh Sensitivitas Makroekonomi, Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(5), 1–22.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2013). *Intermediate Accounting*. Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=y5YrygEACAAJ>

- Moghtaderi, M., Saffarinia, M., Zare, H., & Alipour, A. (2020). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, SOLVABILITAS TERHADAP STRUKTUR MODAL PERUSAHAAN PROPERTY YANG TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2017. *Quarterly Journal of Health Psychology*, 8(32), 73–92. http://hpj.journals.pnu.ac.ir/article_6498.html
- Muhammad Supriyono, Syahputri, M., Yunita, M., Lestari, W., & Ruhayat, E. (2017). Pengaruh non debt tax shield dan risiko bisnis terhadap struktur modal. *Skripsi. Universitas Pasundan Bandung, 2010*, 42–49.
- Nasar, P., & Krisnando. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan Struktur Aset terhadap Struktur Modal dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Textile dan Garment yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2019. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–17. http://repository.stei.ac.id/1215/1/11160000031_ARTIKEL INDONESIA_2020.pdf
- Nurhayadi, W., Indra Sulistiana, Nukhalishah, S., Salam, A. F., & Abdurrohman. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Risiko Bisnis pada Struktur Modal. *E-Jurnal Akuntansi*, 16(1), 2391. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i03.p29>
- Prastika, N. P. Y., & Candradewi, M. R. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aktiva, Dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Perusahaan Subsektor Konstruksi Bangunan Di Bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4444. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p16>
- Putu, N., & Indrayani, A. (2011). *PENERAPAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN (SAK)*.
- Rahma, A., Muslim, A., & Nalurita, F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Makanan, Minuman Dan Tembakau Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2017. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2. <https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.5851>
- Setianingrum, R. A. P., & Riharjo, I. B. (2021). *PENGARUH GROWTH OPPORTUNITY, LIQUIDITY, DAN NON DEBT TAX SHIELD TERHADAP STRUKTUR MODAL Ikhsan Budi Riharjo Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 1–19.
- Suryani, A. W., & Sari, M. I. (2020). Dampak Non-Debt Tax Shield dan Resiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 108. <https://doi.org/10.17977/um042v25i2p108-119>
- Umar Hamdan Nasution, S. E. M. S., & Lukman Hakim Siregar, S. E. M. S. (n.d.). *Struktur Modal*. UNDHAR PRESS. <https://books.google.co.id/books?id=aY9JEEAAQBAJ>
- Viandy, & Dermawan, E. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Likuiditas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(April), 556–565.
- Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Sari, A. Y. (2020). The Effect Of Sales growth, Ownership Structure, And Assets Structure On Capital Structure (Case Study On Manufacturing Companies Listed In Indonesia Stock Exchange 2014-2018). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(3), 271–279. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/BILANCIA/index>
- Wulandari, N. P. I., & Artini, L. G. S. (2019). Pengaruh Likuiditas, Non-Debt Tax Shield, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3560. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p10>
- Yuniarsih, N. (2018). *Buku Ajar AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH*. Jakad Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=8MvXDwAAQBAJ>

- Zulkarnain, M. (2020). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 22(1), 49–54.
- Ferry, & RRDian Anggraeni (2022) Pengaruh Good Corporate Governance, Likuiditas, dan Solvabilitas Terhadap Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Industrials Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2020. *Jurnal Akuntansi* - Vol. 1. NO. 2 (2022) <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Anggraeni, Rr Dian (2018) Pengaruh Komisaris Independen , Leverage , Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. Pengaruh Komisaris Independen , Leverage , Dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi* (2018). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>
- Limajatini (2022) Pengaruh Financial Distress, Size dan Solvabilitas Terhadap Auditor Switching Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (2022)* :<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Anggraeni, Rr Dian (2022) Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Property, Real Estate dan Building Construction Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 - 2020. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (2022)*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>

Pengaruh Gender, Hubungan Antar Pekerja/Karyawan dan Kelebihan Jam Kerja Terhadap Stres Kerja Pada CV Sumber Mitra Sukses

Kevin Wijaya¹⁾, Tjong Se Fung²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾kevinoy60@gmail.com

²⁾tjong.sefung@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:
Gender,
Hubungan Antar Pekerja
Jam kerja,
Stress kerja

Abstrak

Dilaksanakan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana dampak yang diberikan gender dan stertess kerja pada kinerja karyawan. Penelitian mengenai analisa stress kerja dan kinerja karyawan Jika dilihat dari karakteristik masalah yang dibahas, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian dengan variable Pengaruh Gender, Hubungan Antar Pekerja Dan Kelebihan Jam Kerja Terhadap Stres Kerja . Populasi yang ditentukan sebagai subyek dalam penelitian ini mencakup para karyawan CV. Sumber Mitra Sukses yang memiliki hubungan langsung dan mampu memberikan dampak secara langsung dalam proses bekerja. Dari uji yang dilaksanakan diperoleh bahwa hipotesis H1 yang menyatakan tidak adanya hubungan signifikan antara jam kerja dengan stress kerja tidak dapat dibuktikan. Berbeda dengan hipotesis H2 dan H3, pada model pengukuran untuk sampel diterima adanya pengaruh signifikan antara kinerja dengan stres kerja dan pengaruh gender terhadap stres kerja.

I. PENDAHULUAN

Era Globalisasi membuat perusahaan dapat menetapkan sebuah keputusan yang tepat sehingga dapat memenangkan persaingan pada lingkungan industri yang kian ketat dan kompetitif. Ketatnya persaingan yang terjadi menjadikan perusahaan harus meningkatkan data saing sehingga keberlangsungan hidup perusahaan dapat terjaga. Dalam hal tersebut aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan yakni aspek sumber daya manusia, bagaimana sumber daya manusia tersebut mampu memaksimalkan kinerja perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja yakni adanya stress kerja yang ditimbulkan oleh banyak faktor salah satunya yakni jam kerja. Jam kerja merupakan sebuah kondisi material serta psikologi yang terdapat dalam sebuah perusahaan

Stres dapat memberi dampak negatif pada kondisi psikologis serta biologis karyawan. Sebagai sumber daya yang menjalankan kegiatan produksi perusahaan, hendaknya tenaga kerja mendapatkan perhatian serta perlindungan. Keduanya memberikan dampak pada kinerja dari karyawan. Karena butuh adanya sistem dalam sebuah perusahaan yang dapat memberikan karyawan perhatian secara khusus pada berbagai kondisi karyawan.

Dalam sebuah usaha, aspek yang sangat penting untuk diperhatikan yakni sumber daya manusia yang mana sering kali dinyatakan dengan aset yang berharga dalam perusahaan, sering kali perusahaan hanya menganggap sumber daya manusia sebagai beban yang harus perusahaan tanggung dan harus selalu ditekan guna agar biaya yang harus dibayarkan atau dikeluarkan perusahaan berkurang akan tetapi pandangan tersebut tentunya tidak tepat.

Beberapa karyawan wanita yang telah berumah tangga sering kali memperoleh tekanan yang cukup dan kurangnya waktu luang yang dimiliki, hal ini dapat menjadi pemicu timbulnya stress. Stress dapat nampak dari fisik serta mental dengan gejala gelisah, tekanan darah meningkat, sakit pada bagian kepala, dan lain sebagainya. Adapun dampak yang diberikan pada tindakan yakni berubahnya kebiasaan tidur, hubungan antar personal yang kurang baik, dan absensi kerja yang mengalami peningkatan. Keseluruhan hal tersebut memberikan dorongan kemunculan tindakan yang dapat membuat kinerja menurun.

Sebagai instrumen yang penting untuk menunjang keberhasilan usaha hendaknya setiap perusahaan berkemampuan dalam mengelola sumber daya manusia dengan baik. Karenanya perlu dilakukan penelitian mengenai berbagai faktor yang memberikan dampak pada kinerja.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Gender

Gender dapat dimaknai dengan sebuah konstruksi sosial yang berkenaan dengan hubungan laki-laki dan juga perempuan yang dikonstruksika dimana keduanya ditempatkan. Dalam kondisi yang nyata, konstruksi tersebut dapat diasosiasikan oleh sebuah kuasa baik kuasa politik, ekonomi ataupun sosial yang mana kuasa selalu memiliki kaitan erat dengan kepemimpinan. Kekuasaan memiliki tugas yang salah satunya yakni tugas kepemimpinan yakni membawa sebuah kelompok menuju masa depan yang baik.

Jam Kerja

Jam kerja ialah bagian yang cukup umum yang hendaknya terdapat dalam sebuah dunia usaha. Jam kerja karyawan secara umum ditetapkan oleh pimpinan dalam sebuah perusahaann yang didasarkan pada kebutuhan perusahaan, aturan yang ditetapkan pemerintah, serta kemampuan karyawan yang bersangkutan. Dari definisi tersebut maka dapat ditetapkan kesimpulan bahwa definisi jam kerja yakni sebuah waktu yang ditetapkan bagi karyawan untuk menjalankan pekerjaan yang selaras dengan apa yang diperlukan.

Stress Kerja

Menurut (Safitri & Astutk 2019, 15) mengatakan bahwa :

Stres kerja adalah kondisi ketegangan yang memengaruh emosi, jalan pikiran, dan kondisi fisik seseorang. Stress kerja dapat menimbulkan kondisi yang tidak seimbang baik fisik ataupun mental sehingga memberikan dampak pada emosi, cara berfikir, serta kondisi seseorang.

Arwin, Siahaan dkk (2019, 75) mengatakan bahwa :

Gejala stres dibagi dalam tiga yakni fisiologikal yang terdiri atas sakit kepala, sesak nafas, denyut jantung yang mengalami peningkatan. Sedangkan gejala psikologikal terdiri atas kondisi ketegangan, kecemasan, kebosanan, penundaan pekerjaan dan lain sebagainya. Dari paparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa berbagai gejala stress menimbulkan berbagai gangguan baik secara fisik, psikis ataupun hal lainnya.

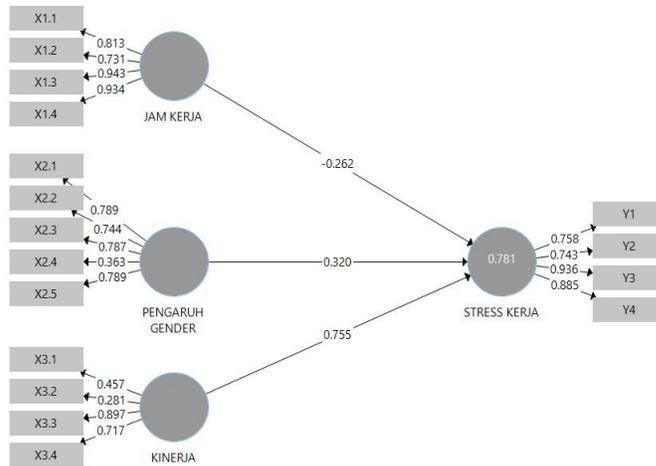
III. METODE

Dipergunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Dilaksanakan penelitian pada CV Sumber Mitra Sukses. Jenis Dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni jenis Primer dan Sekunder dengan populasi dan sampel yakni konsumen traveloka, ditetapkan sampel sebanyak 80 orang karyawan CV Sumber Mitra Sukses yang ditetapkan berdasarkan metode simple random sampling. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yakni kuesioner, observasi, dan wawancara. *Sedangkan* teknik analisis data penelitian ini yakni uji Struktur modelling menggunakan bantuan PLS 3.0.

IV. HASIL

1. Analisis Data

Gambar 1 Model Pengaruh gender, jam kerja dan kinerja terhadap stres kerja



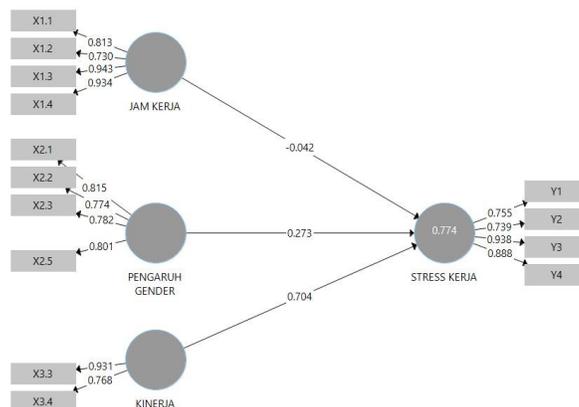
Sumber : Hasil olah data (2022)

a. Evaluasi outer model

Dari model persamaan di atas, akan digunakan 1 model permodelan sampel yaitu seluruh sampel uji. Pada evaluasi ini akan digunakan untuk mengukur *loading factor*, validitas dan reliabilitasnya.

▪ *Loading factor*

Gambar 2 Model evaluasi pengaruh gender, jam kerja dan kinerja terhadap stres kerja



Dari gambar tersebut diperoleh hasil bahwa semua indikator pada sampel uji, telah memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0.7, sehingga disimpulkan bahwa indikator yang tersisa tersebut **memenuhi** persyaratan validitasnya.

▪ **Convergent validity**

Selain menggunakan kriteria *loading factor*, pengujian validitas model juga melihat hasil dari nilai validitas konvergen dengan menggunakan nilai AVE yang diperoleh dari *output* SmartPlus seperti pada tabel berikut,

Tabel 1 Nilai Average Varance Extracted (AVE)

	AVE
	ALL SAMPLES
JAM KERJA	0.684
PENGARUH GENDER	0.771
KINERJA	0.783
STRES KERJA	0.811

Sumber : Hasil olah data (2022)

Hasil di atas menunjukkan keseluruhan variabel pada ketiga model wilayah sampel, berada di atas 0.5, sehingga dapat ditetapkan kesimpulan bahwa validitas konvergen keseluruhan variabel dalam kondisi **baik**.

▪ **Discriminant validity**

Tabel 2 Nilai Kriteria Fornell-Locker

	ALL SAMPLES			
	Jam kerja	Kinerja	Pengaruh gender	Stres
Jam kerja	0.860			
Kinerja	0.228	0.853		
Pengaruh	0.753	0.607	0.794	
Stres kerja	0.324	0.860	0.669	0.834

*) nilai pada arah diagonal dengan huruf tebal merupakan nilai akar AVE

Sumber : Hasil olah data (2022)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua konstruk telah memenuhi validitas deskriminan yang baik mengingat tiap konstruk berbilai akar AVE yang lebih tinggi dari korelasi yang paling tinggi.

▪ **Composite Reliabilty dan Cronbach's Alpha**

Tabel 3 Nilai Hasil Uji Reliabilitas dan Cronbach's Alpha

	ALL SAMPLES	
	CR	CA
JAM KERJA	0.882	0.984
PENGARUH GENDER	0.649	0.841
KINERJA	0.849	0.872
STRES KERJA	0.857	0.923

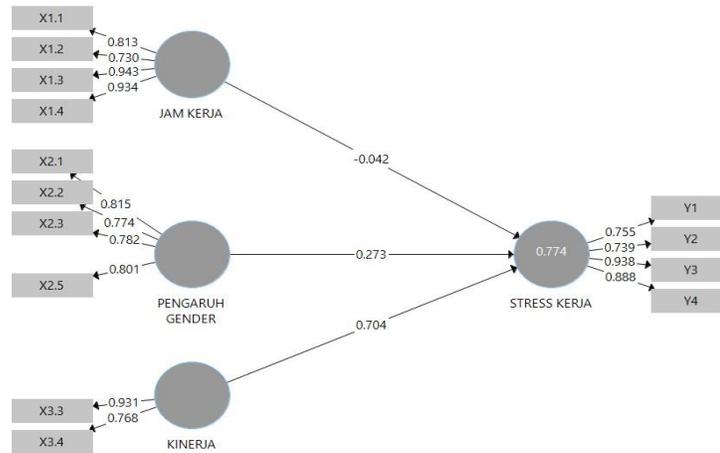
*) CR : *Composite Reliabilty*, CA : *Cronbach's Alpha*

Sumber : Hasil olah data (2022)

Dari tabel tersebut diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai composite reliability lebih dari 0.7 dengan nilai cronbachs alpha >0.6 sehingga dinyatakan memiliki reliabilitas yang baik.

b. Evaluasi Inner Model

- **Persamaan model pengukuran seluruh wilayah sampel uji**



Gambar .3 Model Standardized Pengukuran untuk seluruh sampel uji
 Sumber : Hasil olah data (2022)

Adapun model pengukuran yang ditetapkan berdasarkan gambar tersebut yakni:

$$\text{Stres Kerja} = 0.704 \text{ Kinerja} + 0.273 \text{ Pengaruh gender} + 0.042 \text{ jam kerja},$$

$$R^2 = 0.774$$

Dari persamaan diatas, ditetapkan kesimpulan bahwa kinerja, gender, dan jam kerja memberikan dampak sebesar 77.4 % pada stres kerja. Sementara sisanya sebesar 22.6% didkung faktor lain yang tidak termuat pada penelitian ini.

2. Uji Hipotesa Parsial

Tabel 4 Path Coeffcen, t-hitung dan Hipotesis Parsial

Hubungan	Koefisien Jalur	t-hitung	Signifikansi	Kesimpulan
ALL SAMPLES				
JAM KERJA → STRES	0.042	0.447	0.655	H1 ditolak
HUBUNGAN PEKERJA → STRES	0.704	12.43	0.000	H3diterima
GENDER → STRES	0.273	2.480	0.013	H2diterima

Sumber : Hasil olah data (2022)

Dari tabel tersebut dapat ditetapkan kesimpulan bahwa tidak ada dampak yang diberikan jam kerja terhadap stress, terdapat dampak yang diberikan hubungan pekerja dan gender dengan stress kerja.

3. Uji Hipotesa Simultan

Adapun berdasarkan rumusan tersebut ditetapkan hubungan kontruk dan diperoleh hasil berikut:

Tabel 5 Hipotesis Simultan Model Pengujian

Hubungan	F hitung	F tabel	Kesimpulan
ALL SAMPLES			
GENDER, HUBUNGAN ANTAR PEKERJA DAN KELEBIHAN JAM KERJA → STRES KERJA	79.958	2.72	H7 diterima

Sumber : Hasil olah data (2022)

Dari tabel tersebut maka dapat ditetapkan kesimpulan bahwa seluruh variabel bebas memberikan dampak pada stress kerja sama bersamaan. Hal tersebut dapat dilihat dengan F-hitung lebih besar dari pada F-Tabel yang dimana nilai F-hitung untuk uji hipotesis simultan ini adalah 79.958 sangat jauh jika dibandingkan dengan F-Tabel dengan angka 2.72.

4. Pengujian Hipotesis

Dari uji yang dilaksanakan diketahui bahwa hipotesis H1 yang menyatakan tidak adanya hubungan signifikan antara jam kerja dengan stres kerja tidak dapat dibuktikan. Hipotesis tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puryanto (2019) menghasilkan temuan adanya pengaruh yang signifikan dari jam kerja terhadap stres kerja.

Berbeda dengan hipotesis H2 dan H3, pada model pengukuran untuk sampel diterima adanya pengaruh signifikan antara kinerja dengan stres kerja dan pengaruh gender terhadap stres kerja. Memang belum ada yang secara spesifik menempatkan pengaruh gender sebagai variabel penelitian dalam suatu pola interaksi yang dapat mempengaruhi stres kerja. Namun pendekatan penelitian tersebut dapat dijadikan rujukan yang bermanfaat dalam menempatkan pengaruh gender sebagai salah satu variabel ukur dari model penyebab stres kerja. Demikian pula hipotesis H2 yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara kinerja terhadap stres kerja. Hal ini menunjukkan jam kerja dan budaya kerja yang sudah ditentukan dari awal pada saat pekerja akan bekerja sudah diketahui dari awal untuk kinerja yang menjadi bahan utama dalam bekerja jika tidak memiliki kemampuan yang baik lambat laun proses bekerja akan mengalami sebuah hal yang membuat diri si pekerja tidak sanggup untuk melanjutkan proses bekerja kembali.

Secara simultan, jam kerja, kinerja dan pengaruh gender, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap stres kerja. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis dapat dibuktikan dalam estimasi model pengukuran ini. Dari penjelasan mengenai pembuktian hipotesis di atas, jika dilihat secara mendetail menunjukkan bahwa dari 77.4% pengaruh yang dapat dijelaskan oleh jam kerja, kinerja dan pengaruh gender. Nilai koefisien jalur masing-masingnya adalah 0.704 antara kinerja terhadap stres kerja, 0.273 antara pengaruh gender terhadap stres kerja dan 0.042 antara jam kerja terhadap stres kerja. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa peran kinerja lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan dua variabel lainnya.

5. Pembahasan

Dari analisa dan pembahasan di atas, diperoleh informasi tentang hasil uji hipotesis parsial dan simultan, yang secara singkat, dapat dijelaskan rangkuman analisis hingga hasilnya sebagai berikut:

Pada pola bekerja ini, yang menunjukkan bahwa secara parsial jam kerja tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap stres kerja. Penjelasan di atas membuktikan bahwa secara jam kerja, kinerja dalam bekerja jauh lebih kuat pengaruhnya dalam penyebab membuat stres secara umum. Namun demikian, jika dilihat secara simultan, seluruh variabel penelitian secara bersamaan, memberi dampak pada stress kerja. Ini membuktikan bahwa, seluruh variabel dalam stres kerja memiliki peran yang signifikan pengaruhnya terhadap stres kerja tersebut. Sehingga dalam komposisi dapat diterapkan untuk menentukan pola yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan agar didapatkan hasil yang lebih baik. Dengan melihat hasil di atas, penelitian ini diperoleh suatu gambaran, bahwa dalam proses bekerja, selain faktor kinerja, ternyata pengaruh gender juga memiliki pengaruh terhadap stres kerja. Sehingga secara umum dapat dipahami bahwa, sekalipun pengaruh kinerja yang kuat mempengaruhi kehidupan bekerja, namun sisi gender yang telah tumbuh dan diterima dan berdampak dengan kondisi sosial bekerja yang tetap menjaga stres kerja.

V. KESIMPULAN

Ada beberapa faktor yang berkontribusi terhadap stres dalam dunia kerja. Artinya, faktor-faktor yang berkaitan dengan organisasi atau pekerjaan dan faktor-faktor yang berkaitan dengan aspek-aspek lain dari kehidupan individu.

Survei publik ini berfokus pada pertanyaan dan latar belakang pribadi responden. Ini mencakup setidaknya informasi berikut: nama, alamat, jabatan, organisasi usia kerja dan data pribadi lainnya tingkat pendidikan dan sertifikat kompetensi, pengalaman kerja/latar belakang pendapat pribadinya tentang proses kerja. Pendapat pribadi tentang jam kerja dan stres kerja Pemahaman dan kedalaman faktor kerja yang menghasilkan stres kerja.

Pengujian hipotesis model interaksi untuk semua sampel data menunjukkan bahwa hipotesis H1, yaitu tidak ada hubungan yang signifikan antara jam kerja dengan beban kerja, tidak dapat dibuktikan. Berbeda dengan hipotesis H2 dan H3, model pengukuran sampel mempertahankan pengaruh yang signifikan antara kinerja dan beban kerja, dan pengaruh gender terhadap beban kerja. Faktanya, belum ada yang secara eksplisit memasukkan pengaruh gender sebagai variabel studi pola interaksi yang dapat mempengaruhi stres kerja. Namun, pendekatan penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna untuk menempatkan pengaruh gender sebagai salah satu variabel yang diukur dalam model stres kerja.

Pada saat yang sama, jam kerja, kinerja, dan pengaruh gender memiliki dampak yang signifikan terhadap beban kerja. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam estimasi model pengukuran ini dapat dibuktikan dengan uji hipotesis simultannya secara Bersama sama hipotesis dapat diterima Hipotesis ke 4 atau H4.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu, S.P, (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERSUNIBA 2014 93 Imam
- Ghozali (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi, (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk)*. Edisi 10 Bahasa Indonesia. Yogyakarta: ANDI.
- Mathis, Dan Jackson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Salemba Empat, Yogyakarta
- Noor, N. N. (2016). Pengaruh Stres Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Pt Jasaraharja (Persero) Cabangjawatimur Di Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*|Vol. 31 No. 1 Februari 2016, 9-15.
- Rahmawanti, Dkk. 2014. *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Organizational Behavior Global Edition*. (Edition 15). Harlow: Pearson Education Limited.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*. Edisi 1. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cet. Ke-26. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2003. *Metode Peneliiian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Plastik PT. Aneka Cerah Abadi

Aries Pratama¹, Erizka Trinurfa Yuliadi²

^{1,2}Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹ariespratama1224@gmail.com,

²erizka.trinurfayuliadi@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Kualitas produk
Harga
Promosi
Keputusan pembelian

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana kualitas produk, harga, dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei terhadap 120 responden.

Analisis data yang digunakan yaitu pengujian hipotesis, pengujian validitas, pengujian reliabilitas, analisis regresi berganda, analisis, dan koefisien determinasi untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, harga, dan iklan mempengaruhi keputusan pembelian PT Aneka Cerah Abadi.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan cukup kuat terhadap keputusan pembelian PT Aneka Cerah Abadi. Pada analisis koefisien determinasi didapat bahwa jika X1 adalah 0.741, X2 adalah 5.321, dan X3 adalah 3.347, nilai ini menyatakan bahwa keputusan pembelian barang meningkat seiring dengan peningkatan kualitas produk, harga, dan promosi pada pembelian lemari plasti PT. Aneka Cerah Abadi.

I. PENDAHULUAN

Di dunia yang serba cepat saat ini, persaingan sangat ketat. Kita perlu lebih sadar dan tanggap terhadap perubahan politik, sosial budaya dan ekonomi saat ini di khususnya di bidang industri. Tahun 2020 yakni tahun tersulit untuk seluruh orang di bumi ini. Penyebaran COVID-19 di dunia termasuk Indonesia sangatlah besar. DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah memiliki paparan virus tertinggi setelah kasus pertama COVID-19 dilaporkan. Pandemi Covid-19 mengurangi semua dealer dan perusahaan dealer karena pandemi covid-19. Dalam konteks pandemi covid-19, sulit bagi semua bisnis untuk menghasilkan keuntungan karena pedoman pemerintah untuk semua pegawai swasta atau publik yang bekerja dari rumah mengakibatkan pendapatan yang lebih rendah dan dampak ekonomi. Untuk menjadi sukses di pasar, perusahaan harus mampu menarik dan mempertahankan konsumen. Untuk mencapai tujuan ini, semua organisasi harus berusaha untuk memproduksi dan menyediakan barang dan jasa yang diminta

oleh pelanggan mereka dengan harga yang wajar. Agar sebuah bisnis dapat bertahan, harus dapat memahami bagaimana perilaku pelanggan mempengaruhi eksistensi perusahaan sebagai bisnis yang bertujuan untuk memenuhi keinginan dan aspirasi konsumennya.

Menghadapi ketatnya persaingan antar perusahaan yang mampu memberikan nilai kepada pelanggan, perusahaan harus berusaha untuk mengembangkan strategi terbaru untuk menjual produk dan layanan mereka. Dengan bertambahnya jumlah pesaing, pelanggan akan memiliki pilihan produk yang lebih luas untuk memenuhi kebutuhan mereka. Akibatnya, pembeli menjadi lebih berhati-hati dan cerdas saat membeli produk baru. Orang menjadi lebih berhati-hati saat memilih produk untuk meyakinkan yang mereka dapatkan yakni yang dibutuhkannya. Orang sering bersedia membayar mahal untuk barang-barang berkualitas. Akibat persaingan yang ketat, para pemasar mampu terus berinovasi dan mengembangkan pangsa pasarnya.

PT Aneka Cerah Abadi menjual produknya dan pertukaran nilai antara individu atau kelompok yakni proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok menerima apa yang mereka harapkan. PT Aneka Cerah Abadi Company memastikan bahwa pelanggan memiliki berbagai pilihan sebelum mengambil keputusan pembelian dan melaksanakan observasi pasar untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Pelanggan akan semakin berperan penting dalam menentukan berhasil tidaknya suatu usaha pemasaran suatu perusahaan. Kebutuhan dan harapan konsumen saat ini dan masa depan harus dikenali sejak dini oleh perusahaan. Hanya manajer pemasaran dengan pengalaman dalam perilaku konsumen dan kemampuan untuk mengikuti perubahan cepat dalam industri yang dapat terciptanya ketepatan bauran pemasaran.

Perilaku pelanggan dipengaruhi banyaknya faktor ketika memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Meneliti dan mengevaluasi perilaku konsumen saat mengambil keputusan pembelian sangatlah penting. Pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku konsumen memberikan informasi yang relevan untuk merencanakan strategi pemasaran. Salah satu keunggulan produk PT Aneka Cerah Abadi adalah kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya. Produk akan ditolak jika tidak memenuhi persyaratan. Jika produk masih dalam toleransi yang ditentukan, ini harus didokumentasikan untuk menghindari kesalahan serius di masa mendatang. Dengan persyaratan kualitas yang semakin ketat dari pelanggan, perusahaan harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produknya jika ingin melakukan persaingan dengan perusahaan serupa.

Meningkatkan kualitas produk dapat memberi Anda keunggulan kompetitif. Ini berarti bahwa pesatnya pertumbuhan akan dialami dengan perusahaan berkualitas baik, dan mereka akan mampu mengungguli persaingan dalam jangka panjang. Keberhasilan penjualan perusahaan sangat tergantung pada kemampuannya untuk memasarkan dirinya sendiri secara efektif. Jika pelanggan tidak dapat menguji atau menjelajahi produk perusahaan Anda, mereka tidak akan mendaftar untuk berlangganan. Pada titik ini, diperlukan pemasaran yang tepat sasaran untuk meningkatkan penjualan. Produk dapat dikomunikasikan kepada pelanggan melalui upaya pemasaran kami. Konsumen mengetahui manfaat suatu produk dan memutuskan untuk meninjaunya, yang mengarah pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, periklanan merupakan bagian penting dari manajemen pemasaran karena dapat mengubah pikiran konsumen yang sebelumnya tidak tertarik pada produk dan membuat mereka tertarik pada produk.

Promosi digunakan oleh bisnis untuk mendorong pelanggan membeli produk tertentu dan mendorong penjual untuk secara aktif mempromosikannya. Promosi juga dapat meningkatkan keinginan terhadap suatu produk. Dengan promosi ini, perusahaan menginginkan pelanggan baru untuk mencoba produknya dan pelanggan lama untuk membeli lebih sering, sehingga meningkatkan penjualan produknya. Konsumen menggunakan kepercayaan untuk mengevaluasi merek dan memutuskan apakah akan membelinya. Hasilnya adalah basis pelanggan yang loyal atau basis pelanggan yang tidak puas. Hal yang sama berlaku untuk lemari plastik.

Bisnis yang menggunakan lemari plastik menjadi semakin menguntungkan karena kebutuhan rumah tangga akan meningkat sejalan dengan meningkatnya populasi. Semakin banyak perusahaan yang bergerak dalam bisnis lemari plastik dan terus berkembang untuk memperluas jaringan pasar produk mereka. Ekspansi yang cepat dari start-up ini disebabkan oleh tingginya permintaan untuk produk kabinet plastik dan hambatan manufaktur yang minimal. Sudah ada ratusan merk lemari plastik di Indonesia. Napoli, Olyplast, Rovega, Tabitha, dan Naiva termasuk di antara 10 merk utama teratas, seperti halnya Alisa dan Akako. Masing-masing memiliki kelebihannya sendiri. Ada peningkatan tekanan pada produsen untuk menawarkan produk yang kompetitif dan memenuhi kebutuhan konsumen, terutama ketika produk baru dan lebih baik memasuki pasar.

AOYAMA adalah merk lemari plastik yang diproduksi oleh PT. Aneka Bright Eternal terbentuk pada tahun 2019. Aoyama didirikan oleh Xi Nyong He, seorang asing dari Tiongkok. Menurut riset industri, kini ada lebih dari 100 produsen lemari plastik yang menjual puluhan merk. Ini karena semua perusahaan lemari plastik memiliki banyak merk atau membuat merk kedua. Misalnya, Aoyama juga memproduksi lemari plastik dengan merk TD. Permintaan konsumen untuk lemari plastik dasar yang terjangkau telah mendorong produsen kedua untuk memasuki pasar untuk memenuhi kebutuhan ini. Meski demikian, lemari plastik dari Aoyama, salah satu produsen Indonesia, masih menjadi produk kebutuhan rumah tangga setempat. Namun, lemari plastik Aoyama tidak ingin pelanggan berpindah ke merk lain. Oleh karena itu, keinginan untuk selalu menjadi yang terbaik harus menjadi komitmen organisasi untuk memastikan kesetiaan pengguna lemari plastik Aoyama untuk tetap memakai produk lemari plastik Aoyama.

Memastikan lemari plastik Aoyama ramah lingkungan dan harga bersaing membutuhkan proses panjang untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Aoyama Plastic Case Company telah membangun kepercayaan konsumen sejak didirikan. Lemari plastik Aoyama telah membuat kemajuan besar di bidang ini. Pakaian plastik Aoyama seperti merk TwinDog (TD) terus berkembang dan melakukan diversifikasi, membentuk kemitraan baru dengan perusahaan terkenal untuk meningkatkan kualitas dan memperluas pasar. Kualitas lemari plastik Aoyama mengungguli kompetisi dalam beberapa hal, yaitu sebagai berikut.

1. AOYAMA diproses dengan teknologi tinggi dan kontrol kualitas yang lengkap dalam segala hal. Ruang produksi dan mesin didesinfeksi secara teratur.
2. AOYAMA telah mewujudkan sistem produksi berkelanjutan tanpa henti dari pemrosesan bahan baku hingga pencetakan. Pemrosesan yang canggih dan fasilitas yang lengkap sangat mengurangi terjadinya kesalahan dan kegagalan pencetakan.

3. AOYAMA terbuat dari bahan berkualitas tinggi, ramah lingkungan, sehat, gelap dan tidak mudah pudar.
4. Standar kualitas AOYAMA sudah sesuai dengan standar nasional (SNI), sehingga tidak perlu diragukan lagi kualitasnya.

Kualitas produk tergantung pada apakah barang penjual memiliki nilai pasar yang lebih tinggi daripada pesaingnya. Oleh karena itu, perusahaan berfokus pada kualitas produknya dan mencoba membandingkannya dengan para pesaingnya. Kualitas produk hanya dapat dinilai dari sudut pandang konsumen, dan preferensi konsumen memainkan peran besar. Oleh karena itu, pengendalian kualitas produk harus dilakukan sesuai dengan tujuan penggunaan pelanggan. Dalam hal ini, sangat penting untuk menjaga konsistensi produk pada tingkat kualitas yang diharapkan dan diharapkan pelanggan.

Jika sebuah perusahaan dapat meyakinkan kualitas produknya, konsumen lebih cenderung membeli dari perusahaan yang menawarkan produk berkualitas. Harga adalah salah satu dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli. Karena merek yang berbeda di pasar dipaksa untuk bersaing dalam harga, pelanggan yang sadar anggaran akan mencari alternatif yang lebih murah. Namun, mereka yang setia pada satu merek tidak dapat beralih ke merek lain.

Karena harga yang lebih tinggi, konsumen lebih cenderung membeli produk daripada mereka yang tidak. Orang membeli produk karena beberapa alasan. Mereka ingin dikenal karena produk mereka, mereka ingin menunjukkan bahwa mereka mengenal produk mereka dengan baik, atau mereka hanya ingin dianggap sebagai pelanggan setia yang tahu segalanya. merek yang mereka beli. Penetapan harga berdasarkan nilai memungkinkan penyesuaian harga tertentu. Ini berarti Anda mendapatkan keseimbangan kualitas dan layanan terbaik dengan harga terjangkau. Mengubah merek yang ada untuk menawarkan produk berkualitas lebih tinggi pada tingkat harga tertentu atau produk berkualitas serupa dengan harga lebih rendah dikenal sebagai penetapan harga berbasis nilai. Karena fenomena ini, pelanggan mendapatkan nilai lebih saat membeli barang.

Murah tapi dengan banyak keuntungan. Dari apa yang telah dikatakan, keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh harga wajar suatu produk sesuai dengan manfaatnya. Penetapan harga berdasarkan nilai memungkinkan penyesuaian harga tertentu. Ini berarti Anda mendapatkan keseimbangan kualitas dan layanan terbaik dengan harga yang wajar. Mengubah merek yang ada untuk menawarkan produk dengan kualitas lebih tinggi pada tingkat harga tertentu atau harga yang lebih rendah untuk produk dengan kualitas yang setara dikenal sebagai penetapan harga berdasarkan nilai. Akibat fenomena ini, pelanggan mendapatkan nilai tambah saat membeli barang.

Dari strategi pemasaran, Aoyama menggunakan metode memajang sampel lemari plastik Aoyama di pasar dan toko furnitur agar konsumen dapat melihat langsung produk dan produk lainnya sehingga konsumen dapat memahami kelebihanannya. Agar konsumen tidak menyesal membeli tanpa melihat polanya, sebaiknya kita tidak melihat langsung polanya dan membagikan pamflet kepada konsumen tentang kekurangan produk merek Aoyama dan produk merek lain, seperti ukurannya yang kecil dan warna yang kurang cerah. untuk memungkinkan konsumen melihat harga dan ukuran lemari. Pada dasarnya keputusan pembelian konsumen pada lemari

plastik Aoyama dipengaruhi oleh banyak faktor seperti kualitas produk, merek, rasa, gaya hidup, dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Didorong oleh kebutuhan individu, dan keinginan untuk mempengaruhi kebutuhan tersebut ketika konsumen menunjukkan kesenangan, yang pada akhirnya mengarah pada loyalitas, dan berhak mendapatkan lebih banyak dari pelanggan.

Pelanggan yang loyal merupakan sumber pendapatan perusahaan, sehingga Aoyama telah memperhatikan aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Berdasarkan penjelasan di atas, pasar selalu dinamis dan pemasar harus semakin mengantisipasi komersialisasi produk mereka. Sangat menarik untuk meneliti tentang “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LEMARI PLASTIK PT. ANEKA CERAH ABADI”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Minat

Individu yang tertarik pada produk atau jasa dan individu yang berhubungan dengan pekerjaan memiliki kekuatan atau kemauan untuk terlibat dalam berbagai aktivitas untuk memperoleh atau memiliki produk. “After (Ferdinand, 2016)” dalam makalah berjudul Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap niat beli di PT Villa Triviona. Aek Nauli Medan berkata: “Perhatian dapat diartikan sebagai perilaku konsumen dimana konsumen memiliki hak untuk membeli atau mengkonsumsi produk bermerek lain yang mereka sukai dengan imbalan pembayaran.” Berjudul “Laut (Engel dan Nih Luh Julianti, 2014)”. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Minat Beli Villa Triviona di PT.” Aku Nauri Medan. “Minat ini adalah kekuatan sukarela, alami, sederhana, tanpa paksaan yang mendorong kita untuk memilih produk dan membuat keputusan pembelian.”

Merek

“Merek adalah persyaratan psikologis dan toleransi yang diperhitungkan orang dalam memahami merek suatu perusahaan yang mewakili karakteristik luar dari suatu produk atau layanan,” komentar Kotler & Keller (Saleh, 2018). , Lima). Tjiptono (Rully Nasution 2019, 14) mengatakan merek adalah bagaimana konsumen memandang suatu produk atau jasa, dan bagaimana persepsi itu tercermin dalam sebuah nama perusahaan. “Dengan kata lain, pelanggan lebih cenderung membeli barang dan jasa dengan identitas merek yang kuat dibandingkan mereka yang tidak,” tulis Sutojo (Saleh 2018, hlm. 5).

Kualitas Produk

Menurut (Alvin Aprian & Hidayat, 2018), “Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan konsumen adalah jenis komoditas yang dapat dipasarkan. dipertimbangkan.” Seperti yang dikatakan Kotler dan Armstrong (Rudy Haryanto, 2020): “Menurut Sonny Santosa (2010:14), kualitas produk adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan barang, orang atau pekerjaan, proses dan aktivitas, dan lingkungan, Anda harus melampaui itu.

Keputusan Pembelian

“Menunjukkan apakah keputusan pembelian menghasilkan tindakan pelanggan untuk mencapai barang yang diinginkan,” tulis Kotler dalam Kholidah dan Arifiyanto (2020:10). Boyd dkk.

(Februari 2019, 2019:26) berpendapat bahwa memilih produk atau merek yang akan dibeli adalah proses mental yang sama dengan yang dilakukan konsumen.

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian lemari plastic di PT. Aneka Cerah Abadi menggunakan metode kuantitatif dan penelitian. Metode penelitian penelitian ini adalah yang digunakan untuk mengumpulkan informasi, sampel atau data dari responden dalam populasi yang ada. Maksud dan tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan fokus pada detail objek masalah yang diteliti, aspek perspektif yang lebih terfokus. Metode penelitian kuantitatif yang digunakan adalah survei kuesioner terhadap populasi yang ada, yang dapat langsung dianalisis atau diukur untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan untuk penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas produk, harga, dan periklanan terhadap keputusan pembelian PT. Berbagai keabadian yang cerah. Setelah mengumpulkan data dan informasi yang diterima dari seluruh responden, akan dilakukan survei dengan metode kuantitatif.

Objek Penelitian

Subyek pertimbangan penulis adalah PT. Aneka Cerah Abadi berlokasi di Jl. Gudang Raya France Indah Beach, Dadapu Blok T/12, Desa Dadapu, Kechi. Kosambi Tangerang-Banten, produsen lemari plastik untuk keperluan pribadi dan eceran, merupakan salah satu perusahaan industri yang berkembang pesat di wilayah Tangerang, mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Perusahaan yang menciptakan nilai bagi konsumen/pelanggan dan terus berinovasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen/pelanggan. Analisis item survei kualitas produk, penetapan harga, dan pendorong keputusan pembelian di PT. Aneka Cerah Abadi dengan bauran pemasaran kualitas produk, harga dan promosi.

Sumber Data

Untuk penelitian ini, kami menggunakan sumber data berikut untuk mendapatkan data yang relevan: Data pokok adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh peneliti. Data Sekunder Apabila memperoleh data dari peneliti dari sumber yang ada, biasanya data ini diperoleh dari perpustakaan atau laporan penelitian sebelumnya.

Populasi dan Sampel

(Sugiyono, 2017, hlm. 135) mengatakan tentang populasi: "Suatu domain umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang diselidiki dan selanjutnya menarik kesimpulan". Di sisi lain, responden telah membeli beberapa toko tersebut dan beberapa pelanggan menggunakan produk lemari plastik PT Aneka Cerah Abadi. Dalam penelitian ini, seluruh populasi dijadikan sebagai sumber data sampel penelitian. (Sugishirono, 2011, hlm. 118), dalam bukunya Educational Research Methods, beliau menyatakan: "Sampel adalah sebagian dari populasi beserta ciri-cirinya." Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel probabilistik, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel ini melibatkan pengambilan

sampel acak sederhana karena pengambilan sampel anggota populasi bersifat acak terlepas dari strata yang ada dalam populasi.

Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data mereka meliputi berikut ini.

- I. Survei lapangan
Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan objek-objek yang menjadi sumber utama.
- II. Wawancara
Saatnya mengumpulkan dan mendapatkan data yang Anda butuhkan dengan bertanya dan menjawab langsung ke sumber yang terkait dengan masalah yang Anda diskusikan.
- III. Kuesioner
Bagikan kepada responden daftar pernyataan atau survei yang disusun oleh peneliti untuk diajukan sebagai tanggapan guna memeriksa informasi, tanggapan, keyakinan, pendapat, dan keinginan responden.
- IV. Riset Literatur
Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari referensi, literatur, dan sumber lain yang relevan dengan materi yang diteliti guna melengkapi informasi yang dibutuhkan.

Teknik Analisis Data

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 121) dalam buku Metode Penelitian Bisnis, Kualitatif, dan R&D menyatakan bahwa, Validitas yakni derajat keakuratan antara data yang benar-benar terjadi pada subjek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan.

b. Uji Reliabilitas

Jika instrumen tersebut stabil maka dikatakan reliabel dalam arti instrumen tersebut stabil, reliabel, dan dapat diprediksi, karena penggunaan instrumen yang sering menghasilkan hasil yang serupa dikatakan reliabel atau reliabel. Keyakinan berkaitan dengan seberapa jauh jarak pengukuran tanpa varians untuk memberikan konsistensi pengukuran.

c. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik diawali dengan peninjauan kembali hipotesis yang akan digunakan berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Pengujian menggunakan program SPSS 25 uji asumsi klasik meliputi:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas yakni pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah data berdistribusi normal untuk digunakan dalam statistik parametrik.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas yakni pengujian yang dimaksudkan untuk menguji apakah suatu model regresi mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik heteroskedastisitas. Deviasi ini merupakan varians dari residual variance dari semua observasi dalam model regresi.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari analisis regresi yakni untuk menentukan seberapa besar satu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

e. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Korelasi digunakan untuk menguji seberapa luas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

f. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yakni metode pengambilan keputusan berdasarkan analisis data dari pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini dan meliputi:

1. Uji T

Uji signifikansi parsial (Uji T-statistik) digunakan untuk mengetahui pengaruh pelibatan variabel bebas kualitas produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3) secara tunggal, sebagian atau individual terhadap keputusan pembelian variabel terikat (Y).

2. Uji F

Analisis varians dapat digunakan jika varians dari ketiga kelompok data tersebut identik. Oleh karena itu, sebelum analisis varians digunakan untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu perlu dilakukan pengecekan homogenitas varians dengan uji F.

IV. HASIL

V. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Berikut ini data mengenai profil responden pada PT. Aneka Cerah Abadi dijelaskan melalui tabel dibawah ini.

1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Peresentase (%)
Laki-laki	61	51,2%
Perempuan	59	48,8%
Total	120	100%

Sumber : Data Kuesioner

Berdasarkan Tabel IV.1 terlihat bahwa pada penelitian ini memiliki jumlah responden keseluruhan sebanyak 120 orang berdasarkan jenis kelamin adalah laki-laki 61 orang responden dengan persentase 51.2% dan sedangkan jenis kelamin perempuan hanya 59 orang responden dengan persentase 48.8%.

2. Data Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.2

Usia

Usia	Responden	Persentase (%)
20-24 Tahun	58	48,8%
25-29 Tahun	19	15,7%
30-34 Tahun	18	14,9%
>35 Tahun	25	20,7%
Jumlah	120	100%

Sumber : Data Kuesioner

Tabel IV.2 menunjukkan adanya kelompok umur. Terdapat 58 orang pada kelompok umur 20-24 atau 48,8%, 19 orang pada kelompok umur 25-29 atau 15,7%, dan 18 orang pada kelompok umur 30-34 atau 14,9%. Ada 25 orang dalam kelompok usia > 35 tahun, dengan porsi 20,7%. Kelompok usia tertua adalah 20 sampai 24 tahun, terhitung 48,8%, dengan 58 orang.

3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel IV.3

Pendidikan

Pendidikan	Responden	Persentase (%)
SMK	71	59,5%
D1-D3	10	8,3%
S1	37	30,6%
S2	2	1,7%
Jumlah	120	100%

Sumber : Data kuesioner

Tabel IV.3 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, 71 orang memiliki pelatihan terakhir, proporsinya adalah 59,5%, 8,3% memiliki pelatihan terakhir D1-D3, dan 10 orang memiliki pelatihan terakhir S1. diterima dan maksimal 37 orang. Enam siswa terakhir memiliki hingga dua gelar master dengan pangsa 1,7%. Dari

survei ini dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir mayoritas responden adalah SMK, dengan total 71 responden atau 59,5%.

VI. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.774	.925	11

2. Uji validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.776	.933	11

Sumber : Data SPSS Versi 25

3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promsi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.771	.917	11

Sumber : Data SPSS Versi 25

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.776	.934	11

Sumber : Data SPSS Versi 25

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar dized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.69389839
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.066
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.018 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.268 ^d
	99% Lower Confidence Interval	.257
	95% Lower Confidence Interval	
	90% Lower Confidence Interval	.280

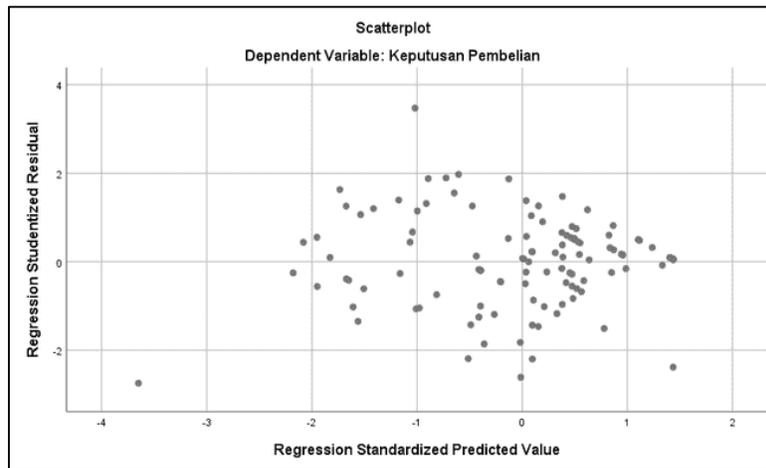
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

2. Uji Multikoleniaritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VI F
1 (Constant)	4.461	2.729		1.634	.105		
Kualitas Produk	.075	.101	.075	.741	.460	.303	3.305
Harga	.504	.095	.495	5.321	.000	.357	2.803
Promosi	.328	.098	.299	3.347	.001	.386	2.592

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber data SPSS Versi 25

3. Uji Heterokedastisitas



Sumber data SPSS Versi 25

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.461	2.729		1.634	.105		
Kulitas Produk	.075	.101	.075	.741	.460	.303	3.305
Harga	.504	.095	.495	5.321	.000	.357	2.803
Promosi	.328	.098	.299	3.347	.001	.386	2.592

F. Analisis Koefisien Determinasi

**Tabel IV.59
 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.633	3.74136

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Kulitas Produk

Sumber data SPSS Versi 25

Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.461	2.729		1.634	.105		
Kualitas Produk	.075	.101	.075	.741	.460	.303	3.305
Harga	.504	.095	.495	5.321	.000	.357	2.803
Promosi	.328	.098	.299	3.347	.001	.386	2.592

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa :

- a) Nilai t hitung < t tabel dari kualitas produk (X1) yaitu $0.741 < 1.657$. maka dapat disimpulkan hasil uji T menunjukkan angka yang tidak positif dengan hasil uji T dalam penelitian ini yaitu H0 diterima dan Ha ditolak. Kesimpulannya yakni tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel keputusan pembelian.
- b) Nilai t hitung > t tabel dari harga (X2) yaitu $5.321 > 1.657$. maka dapat disimpulkan hasil uji T menunjukkan angka yang positif dengan hasil uji T dalam penelitian ini yaitu H0 ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya yakni variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
- c) Nilai t hitung > t tabel dari variabel promosi (X3) yaitu $3.347 > 1.657$ maka dapat disimpulkan hasil uji T menunjukkan angka yang positif dengan hasil uji T dalam penelitian ini yaitu H0 ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya yakni variabel promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

I. Uji F

Tabel IV. 61

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2915.459	3	971.820	69.427	.000 ^b

Residual	1623. 741	1 1 6	13.998		
Total	4539. 200	1 1 9			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Kualitas Produk
Sumber SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar 69,427 dengan tingkat signifikan 0,000 dimana nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel dapat dilakukan melalui cara perhitungan $F_{tabel} = (k ; n-k)$ dengan probabilitas sebesar 5% dimana k merupakan jumlah variabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah sampel sehingga diperoleh $(3 ; 120 - 3) = (3 ; 117)$ dan didapat nilai F tabel sebesar 3,07.

Sesuai analisa diatas, bias diidentifikasi bahwa nilai F hitung $(69,427) > F_{tabel}$ $(3,07)$ dan probabilitas $0,000 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel keputusan pembelian. Karena hasil pada nilai t hitung $< t_{tabel}$ yaitu $0.741 < 1.657$. maka keputusannya adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Demikian hasil penelitian menerima hipotesis pertama (H_1)

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan pada variabel keputusan pembelian. Karena hasil pada nilai t hitung $> t_{tabel}$ yaitu $5.321 > 1.657$. maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Demikian hasil penelitian menerima hipotesis pertama (H_2).

3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan pada variabel keputusan pembelian. Karena hasil pada nilai t hitung $> t_{tabel}$ yaitu $3.347 > 1.657$. maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Demikian hasil penelitian menerima hipotesis (H_3).

VII. KESIMPULAN

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan untuk variabel kualitas produk sebanyak 0.741. Uji hipotesis untuk variabel harga sebanyak 5.321 dan untuk variabel promosi sebanyak 3.347. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji ANOVA jika dilihat dari uji hipotesis secara simultan (Uji F) didapatkan Fhitung adalah (69.427) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi memperlihatkan nilai R Square sebesar 0.642 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk (X1), harga (X2), dan promosi (X3) sedangkan sisanya 35.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian atas pembelian lemari plastic di PT Aneka Cerah Abadi.

DAFTAR PUSTAKA

- (Fandy Tjiptono, dan G. C. (2016). *service, quality dan satisfaction*. andi.
- Abdullah, Thamrin dan Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran (7 ed.)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Agustin, haerunnisa. (2020). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada PT. anugrah jaya trimar*.
- Andrini, Wiwin, Abdurrahman, Putri Reno Kemala Sari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral dalam Kemasan Merek Dharma
- Angelina Rares dan Rotinsulu Jopie Jorie. (2015). Pengaruh Harga, Promosi. jurnal emba.
- DEBBY. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.
- Gerung, Christy Jacklin, Jantje Sepang, Sjendry Loindong (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado
- Hill, Nigel dan Jim Alexander. Kotler, Philip & Keller, K. L. (2016). manajemen pemasaran (13 ed.). Erlangga.
- Hulu, Intan Angelina, Nurmaidah Ginting, Ika Yesika Rajagukguk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Gold Label Whip Cream di PT Rich's Product Indonesia
- Imanudin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di PT. Citra Makmur Sejahtera
- Kotler, P. and G. A. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran (13 ed.)*. Erlangga.
- Kotler, P. dan K. (2014a). *manajemen pemasaran suatu pendekatan*.
- Kotler, P. dan K. (2014b). manajemen pemasaran suatu pendekatan strategis dengan orientasi global (2 ed.). Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV AL FATH ZUMAR.
- Muhammad Rifai Kurnia. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. jurnal bisnis dan ekonomi.
- Oentoro, D. (2014). *manajemen pemasaran modern (12 ed.)*. Laksbang Pressindo.
- oktavia, ela. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. MAYORA INDAH TBK (STUDI KASUS PADA PRODUK COKLAT CHOKI CHOKI).
- Poniman, Budhi dan Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Priansa, D. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. CV PUSTAKA SETIA.

- Riduansah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia Samarinda
- Saladin Djaslim. (2015). *manajemen pemasaran*. linda karya.
- Setiadi, erwin. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian syrup monin pada PT Kharisma sukses gemilang.
- Setyaningrum, Ari. Udaya, J. dan E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (ANDI (ed.)).
- Shinta, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Solihin, I. (2014). *Pengantar Bisnis*. Erlangga.
- Stanton. (2015). *prinsip-prinsip pemasaran* (7 ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian pendidikan*. alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV ALFABETA.
- Sunyoto. Danang. (2014). *dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS.
- Sunyoto, D. (2014). *dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa*.
- Wijaya, A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. FRADISIL JAYA HEIWA.
- Wiley, Jhon, & Sons. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Salemba Empat.
- yamit, zulian. (2017). *Manajemen Kualitas produk&jasa*. ekonisia.

Analisis Fraud Pentagon dalam Mendeteksi Kecurangan Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor *Food and Beverages* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)

Antonius Masmis Jana^{1)*}, Limajatini²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾antoniusjana2@gmail.com

²⁾limajatini.limajatini@buddhidharma.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:
KecuranganLaporan Keuangan
Financial Target
Financial Stability
External Pressure
Ineffective Monitoring
Change in Director

Abstrak

Financial target merupakan banyaknya laba yang mesti dicapai atas usaha yang sudah dikeluarkan. Financial stability menggambarkan kondisi pada keuangan perusahaan, yang dilihat dari pertumbuhan asset suatu perusahaan. External pressure ialah keadaan perusahaan memperoleh sesuatu tekanan dari pihak eksternal perusahaan dalam memperoleh sumber dana, seperti pinjaman ataupun hutang. Ineffective monitoring kondisi yang menggambarkan lemah ataupun kurang efektif pengawasan perusahaan dalam memantau kinerja perusahaan. Change in Director menggambarkan jika terdapatnya pergantian direksi dalam suatu perusahaan.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020. Deteksi kemungkinan kecurangan laporan keuangan diukur oleh model F-score. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan menggunakan sampel 14 perusahaan dan 70 data laporan keuangan. Olah data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 24 dengan uji statistic deskriptif, uji regresi logistic dan uji hipotesis.

Hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa Financial target, Financial Stability, Ineffective monitoring, External pressure dan Change in directors secara simultan memiliki pengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan, hasil tes uji T atau parsial menunjukkan bahwa Financial target, Financial Stability, Ineffective monitoring dan Change in directors tidak berpengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan, tetapi External pressure memiliki pengaruh terhadap kecurangan laporan keuangan.

I. PENDAHULUAN

Adanya laporan keuangan merupakan suatu hal yang krusial dan berdampak dalam suatu perusahaan. Adanya laporan keuangan dalam suatu perusahaan menjadi informasi untuk menilai suatu perusahaan tetapi bila adanya kecurangan menjadi masalah yang serius bagi pemangku

kepentingan eksternal, khususnya investor. Banyak hal penting bila kita melakukan kecurangan dalam system laporan keuangan yang justru dapat merugikan perusahaan itu sendiri.

Menurut penulis kasus ini sangat menarik karena adanya lima variable dari perspektif Fraud Pentagon yang dapat kita bahas yang pertama *financial target* merupakan banyaknya laba yang harus dicapai atas usaha yang dikeluarkan. Kedua, merupakan kondisi keuangan perusahaan yaitu *financial stability*. Ketiga ialah *external pressure* merupakan keadaan dimana perusahaan memperoleh tekanan dari eksternal seperti hutang yang bisa saja membuat kecurangan terhadap laporan keuangan. Keempat yaitu dimana perusahaan menggambarkan kondisi dimana pengawasan terhadap lemah atau tidak efektif yang dinamakan *ineffective monitoring*. Dan yang kelima adalah *change in director* yaitu menggambarkan adanya pergantian direksi dalam suatu perusahaan. Sehingga penulis ingin menggali tentang kecurangan dalam laporan keuangan dengan menggunakan *fraud pentagon theory* yang sangat berelasi dengan kasus ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Financial Target

Target keuangan merupakan banyaknya keuntungan yang dicapai oleh perusahaan. Tujuan keuangan adalah dicapai perusahaan dalam periode waktu tertentu yang ditetapkan oleh dewan direksi atau manajemen dalam bentuk laba atas bisnis. Pengukuran Target Keuangan dengan rumus ROA, yaitu :

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Financial Stability

Stabilitas keuangan dilihat dari perubahan asset perusahaan, sehingga manajemen akan melakukan berbagai strategi untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan ketika sedang terancam. Manajemen berada di bawah tekanan akibat kondisi perusahaan yang goyah karena investasi dan arus kas ke depan akan terhambat oleh kinerja perusahaan yang buruk. Pengukuran Stabilitas keuangan dengan rumus ACHANGE, yaitu :

$$\text{ACHANGE} = \frac{\text{Total Aset}_t - \text{Total Aset}_{t-1}}{\text{Total Aset}_t}$$

External Pressure

Suatu keadaan yang dikenal sebagai “external pressure” terjadi ketika sebuah perusahaan berada di bawah tekanan dari sumber luar (Evana et al., 2019). Tekanan eksternal adalah tekanan yang tidak semestinya yang diberikan kepada manajemen untuk memenuhi tuntutan atau harapan orang lain. Ketika memeriksa keadaan keuangan entitas, terutama kebutuhan dana untuk dibelanjakan pada biaya penelitian dan pengembangan, ada tekanan besar untuk mendapatkan modal yang dibutuhkan untuk mempertahankan daya saing. Pengukuran Tekanan Eksternal dengan rumus Leverage, yaitu :

$$\text{Lev} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Asset}}$$

Ineffective Monitoring

Menurut (Yusroniyah, 2017) Inffective monitoring terjadi ketika suatu perusahaan tidak lagi memiliki suatu unit pengawasan yang dapat melacak kinerja perusahaan secara tidak efektif. Inffective monitoring seperti yang didefinisikan oleh (Tessa dan Harto, 2016) adalah situasi di mana organisasi tidak memiliki sistem pengontrolan internal yang efisien. Disarankan bahwa pengendalian internal yang efektif pada bisnis dapat mengurangi kemungkinan penipuan oleh manajemen. Untuk mengurangi kecurangan, dewan komisaris independen melakukan pengawasan terhadap sistem pengendalian internal perusahaan yang dinilai tidak efektif. Pengukuran Inefektivitas pengawasan dengan rumus $BDOUT$, yaitu :

$$BDOUT = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Jumlah dewan komisaris}}$$

Change in Directors

Kemampuan individu adalah kombinasi kualitas karakter dan bakat seseorang yang secara signifikan berkontribusi pada pencapaian suatu tindakan. Dalam fraud pentagon, ide ini memperhitungkan kesesuaian seseorang dalam melakukan fraud. Orang tersebut musti memiliki kapasitas untuk melihat kesempatan sebagai peluang dan memanfaatkannya (Yusroniyah, 2017). Pengukuran perubahan direksi dengan model dummy.

III. METODE

Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan penelitian kuantitatif berupa angka diolah menjadi analisis statistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Objek penelitian

Laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 dijadikan sebagai objek penelitian dalam penelitian ini. Informasi tersebut diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, www.idx.co.id.

Jenis dan sumber data

Dokumen kuantitatif dan dokumen sekunder adalah jenis dokumen yang digunakan dalam situasi ini. Dalam hal ini, peneliti memanfaatkan sejumlah publikasi, termasuk buku, jurnal ilmiah, dan data laporan keuangan perusahaan yang diperoleh dari lembaga keuangan melalui situs web Bursa Efek Indonesia. Data penelitian ini diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) (www.idx.co.id). Perusahaan yang termasuk dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman untuk tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, dan peneliti menggunakan periode keuangan tahunan.

Populasi dan Sampel

Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI untuk tahun 2016 hingga 2020 merupakan populasi. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini untuk mengambil sampel, artinya perusahaan di sektor makanan dan minuman yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2016 hingga 2020 dan yang secara teratur memposting laporan keuangannya di situs web Bursa Efek Indonesia (BEI) yang telah mempublikasikan laporan keuangannya sejak 2016 hingga 2020.

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi (R^2) harus ada parsial dan simultan nya

Pengujian koefisien determinasi mengevaluasi seberapa baik model dapat menjelaskan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen penelitian. Nilai Adjusted R square yang disesuaikan memungkinkan untuk pengamatan uji koefisien determinasi.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.463 ^a	0,215	0,153	0,91288	1,839
a. Predictors: (Constant), Change In Director, Financial Target, Financial Stability, Ineffective Monitoring, External Pressure					
b. Dependent Variable: Fraudulent Financial Statement					

Koefisien determinasi hasil uji 0,153, seperti terlihat pada tabel di atas. Hal ini menunjukkan bahwa 15,3% varians pada variabel dependen yaitu kecurangan laporan keuangan, dapat dipertanggungjawabkan oleh variabel independent yaitu target keuangan, stabilitas keuangan, tekanan eksternal, pengawasan yang tidak efisien, dan pergantian direksi. Sedangkan sisa Faktor yang dipengaruhi variable lainnya sebesar 84,7%.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Analisi pengujian individual atau partial (Uji T) diperlukan untuk mengetahui bahwa variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dan memiliki dampak variabel intervening . Uji T dalam pengambilan keputusan didasarkan pada tingkat signifikan sebesar 0,05 $T_{hitung} > T_{table}$. Kriteria dalam mengambil keputusan uji hipotesis ini secara parsial dipondasikan pada pengujian menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berdasarkan t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 dibagi menjadi dua sisi yaitu 0,05 dan $df = \text{jumlah sampel } (n) - \text{jumlah variabel } (k), df = n - k = 70 - 5 = 65$. Nilai tabel yang diperoleh adalah 1,99714

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	2,114	0,786		2,690	0,009		
	Financial Target	-1,233	2,257	-0,094	-0,546	0,587	0,415	2,408
	Financial Stability	0,527	0,459	0,131	1,147	0,255	0,936	1,068
	Ineffective Monitoring	-0,386	1,644	-0,027	-0,235	0,815	0,937	1,067
	External Pressure	-3,075	1,002	-0,517	-3,068	0,003	0,433	2,312
	Change In Director	-0,085	0,275	-0,035	-0,311	0,757	0,986	1,014
a. Dependent Variable: Fraudulent Financial Statement								

Berdasarkan hasil uji T dapat disimpulkan:

1. Nilai t hitung yang dihasilkan uji T lebih kecil -0,546 dari t tabel yaitu 1,99714, dan nilai signifikansi target keuangan lebih besar dari α 0,05 atau $0,587 > 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa kecurangan laporan keuangan tidak terpengaruh oleh tujuan keuangan. Berdasarkan pengujian, maka hipotesis pertama **ditolak**.
2. Pengujian hipotesis kedua yaitu *financial Stability* yang diproksikan *return on asset* (ROA) menunjukkan nilai signifikansi 0,255 . Dalam hal ini signifikansi *financial target* lebih kecil dari α 0,05 atau $0,255 < 0,05$. Dengan nilai t hitung 1,147 hal ini menunjukan *financial target* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kecurangan laporan keuangan. Berdasarkan hasil pengujian maka hipotesis kedua **ditolak**.
3. Pengujian hipotesis ketiga yaitu *Ineffective Monitoring* yang diukur dengan rasio jumlah komisaris memiliki nilai signifikansi 0,815, artinya nilai signifikansi lebih besar dari α 0,05 atau $0,00 > 0,05$. Nilai t hitung -0,235 lebih kecil dari t tabel yaitu . Berdasarkan hasil pengujian maka hipotesis ketiga **ditolak**.
4. Pengujian hipotesis keempat yaitu *External pressure* yang diukur dengan rasio jumlah komisaris memiliki nilai signifikansi 0,003, artinya nilai signifikansi lebih kecil dari α 0,05 atau $0,05 > 0,003$. Nilai t hitung -3,068 lebih besar dari t tabel yaitu . Berdasarkan hasil pengujian maka hipotesis keempat **diterima**.
5. Pengujian hipotesis kelima yaitu *Change In Director* yang diukur pergantian direksi selama tahun penelitian hasilnya memiliki nilai signifikansi 0,757, artinya nilai signifikansi lebih besar dari α 0,05 atau $0,757 > 0,05$. Nilai t hitung -0,311 lebih kecil dari t tabel . Berdasarkan hasil pengujian maka hipotesis kelima **ditolak**.
6. Berdasarkan hasil uji statistic F memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007 yang artinya lebih kecil dari 0,05 atau $0,007 < 0,05$. Dengan nilai $F_{hitung} 3,497 > F_{tabel} 2,646$. Berdasarkan hasil pengujian maka hipotesis kesembilan **diterima**.

• Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	14,573	5	2,915	3,497	.007 ^b
	Residual	53,335	64	0,833		
	Total	67,908	69			
a. Dependent Variable: Fraudulent Financial Statement						
b. Predictors: (Constant), Change In Director, Financial Target, Financial Stability, Ineffecticemonitoring, External Pressure						

Pada table diatas menjelaskan atas estimasi nilai F sebesar 3,497 dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Akibatnya, H_a disetujui sedangkan H_o ditolak. Ditentukan oleh nilai F hitung $> F_{tabel}$ ($3,497 > 2,640$), variabel dependen yaitu jenis kecurangan laporan keuangan secara signifikan dipengaruhi oleh variabel independen yaitu target keuangan, stabilitas keuangan, ineffecticemonitoring, tekanan eksternal. , dan pergantian direktur.

V. KESIMPULAN

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data empiris yang menunjukkan dampak dari target keuangan, stabilitas keuangan, tekanan eksternal, karakteristik industri, pengawasan yang tidak memadai, dan perubahan direktur terhadap penipuan laporan keuangan pada bisnis yang bergerak di bidang keuangan. Tahun 2016 hingga 2020 pada perusahaan di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) penelitian yang telah dilakukan ini menggunakan 14 perusahaan sehingga data sampel yang digunakan sebanyak 70 sampel.

Kami berharap penelitian kami akan bermanfaat dalam membantu calon investor membuat keputusan saat meninjau laporan keuangan. Investor harus terlebih dahulu menilai keadaan perusahaan di mana mereka berencana untuk menempatkan uang mereka sebelum membuat keputusan. Perusahaan wajib menjunjung tinggi dan meningkatkan keakuratan data yang ditampilkan dalam akun keuangan mereka. Sehingga laporan keuangan yang dipublikasikan relevan, dapat dipercaya, dan dapat diandalkan serta tidak memberikan informasi yang tidak akurat kepada pengguna laporan keuangan terkait.

Saran Untuk Pemerintah yaitu diamana pemerintah perlu meningkatkan kesadaran membayar pajak dimasyarakat. Dengan memberikan informasi terkait perpajakan dan dapat dilakukan melalui media elektronik maupun media cetak, seperti tv, radio, internet, surat kabar dan lain-lain. Pemerintah perlu meningkatkan perekonomian masyarakat dengan membuat lapangan pekerjaan, sehingga masyarakat memiliki penghasilan untuk kebutuhan sehari-hari dan melakukan kewajibannya untuk membayar pajak. Pemerintah perlu bertindak profesional dalam melayani wajib pajak dengan baik dan juga bijak. Pihak Direktorat Jendral Pajak dapat melakukan pelatihan pelayanan wajib pajak dengan benar agar dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak untuk membayar pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusputri, H., dan Sofie, S. (2019). Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Fraudulent Financial Reporting Dengan Menggunakan Analisis Fraud Pentagon. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 14(2), 105–124. <https://doi.org/10.25105/jipak.v14i2.5049>
- Aprillia, Cicilia, O., dan Sergius, R. P. (2015). The Effectiveness Of Fraud Triangle On Detecting Fraudulent Financial Statement: Using Beneish Model And The Case Of Special Companies. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 3, Issue 3).
- Damayani, F., Wahyudi, T., dan Yuniartie, E. (2019). Pengaruh Fraud Pentagon Terhadap Kecurangan Laporan Keuangan Pada Perusahaan Infrastruktur Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016. *AKUNTABILITAS: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Akuntansi*, 11(2), 151–170. <https://doi.org/10.29259/ja.v11i2.8936>
- Danuta, K. S. (2017). Crowe's Fraud Pentagon Theory Dalam Pencegahan Fraud Pada Proses Pengadaan Melalui E-Procurement. In *Jurnal Kajian Akuntansi* (Vol. 1, Issue 2). <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jka><http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jka>
- Evana, E., Metalia, M., Mirfazli, E., Georgieva, D. V., dan Sastrodiharjo, I. (2019). Business Ethics in Providing Financial Statements: The Testing of Fraud Pentagon Theory on the Manufacturing Sector in Indonesia. *Business Ethics and Leadership*, 3(3), 68–77. [https://doi.org/10.21272/bel.3\(3\).68-77.2019](https://doi.org/10.21272/bel.3(3).68-77.2019)
- Ismawati, D., dan Krisnawati, L. (2017). Analisis Fraud Pentagon Pada Financial Statement Fraud Menggunakan Beneish M-Score Dan F-Score. (1), 43. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lestari, M. I., dan Henny, D. (2019). Pengaruh Fraud Pentagon Terhadap Fraudulent Financial Statements Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 6(1), 141–156. <https://doi.org/10.25105/jat.v6i1.5274>
- Nindito, M., dan Jakarta, U. N. (2018). Financial Statement Fraud: Perspective Of The Pentagon Fraud Model In Indonesia. In *Academy of Accounting and Financial Studies Journal* (Vol. 22, Issue 2).

Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi *Online* Grabfood

Alicia Veronika^{1)*}, Eso Hernawan²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾aliciaveronica846@gmail.com

²⁾eso.hernawan@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima September 2022;
Perbaikan September 2022;
Diterima September 2022;
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Harga,
Promosi,
Kualitas Pelayanan,
Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di GrabFood, Untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabFood. Metode analisis pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 95 responden. Dan menggunakan data analisis dengan tahap uji yaitu: uji frekuensi, validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, korelasi, analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi dengan pengolahan data menggunakan program SPSS Statistic versi 25. Dari hasil uji T yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai Thitung sebesar $3,924 < T_{tabel} 1,985$ dengan nilai $0,025$ yang memberikan pengaruh cukup signifikan, lalu harga memiliki nilai Thitung sebesar $1,614 > 1,985$ dengan tingkat nilai $0,110$ yang tidak memberikan pengaruh cukup signifikan. Kemudian promosi memiliki nilai Thitung $4,390 > T_{tabel} 1,984$ dengan tingkat nilai $0,000$ yang tidak memberikan pengaruh cukup signifikan. Sedangkan kualitas pelayanan, harga dan promosi secara bersamaan terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian GrabFood.

I. PENDAHULUAN

Dalam Tingkat keputusan pembelian pada konsumen, memiliki pengaruh besar dan kemampuan konsumen dalam mengenal suatu merek, produk, atau jasa yang ditawarkannya. Sama halnya dengan *E-Commerce* yang menekankan pada standar kualitas pelayanan yang baik untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Suatu merek tentunya harus selalu melakukan evaluasi terhadap kepuasan konsumen pada pelayanan yang diberikan untuk dapat memperbaiki sistem kualitas pelayanan demi kemajuan bisnis. Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor utama yang dapat menentukan keputusan pembelian konsumen, sehingga suatu merek harus mampu menganalisa dan menetapkan tingkat harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena persepsi harga sangat menentukan dalam mencapai target market yang dituju. Setiap tahunnya jumlah pihak yang menggunakan internet di Indonesia terus meningkat, pertumbuhan pengguna yang pesat tersebut memicu pertumbuhan e-business yang secara perlahan menjadikan pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan. Banyak pelaku usaha yang menggunakan smart phonenya salah satunya yakni pelaku usaha grabfood.

Dalam keberlangsungan usahanya Grabfood ini memiliki pesaing usaha sejenis yang juga mendominasi yakni Gojek. Keduanya memberikan pelayanan pengantaran makanan di Indonesia. Penyelenggaraan layanan tersebut digunakan sebagai kegiatan promosi yang terdiri atas pemberian informasi berkenaan dengan sebuah produk yang disajikan oleh pihak yang mendistribusikan. Kedua perusahaan tersebut memiliki kemiripan dalam berbagai segi diantaranya mulai dari warna ciri khas logo, fitur, jenis makanan yang diperjualbelikan, dan juga harga yang hanya selisih sedikit.

Pemasaran dapat dimaknai dengan kegiatan krusial selaras dengan bertumbuhnya kebutuhan masyarakat mengenai berbagai produk yang memiliki kualitas sehingga hal ini memicu adanya persaingan yang cukup ketat pada lingkungan bisnis. Pemasaran yang dilakukan Grab adalah dengan memberikan promo besar besaran pada tanggal atau event tertentu dengan seperti itu maka konsumen akan merasa senang dan memanfaatkan event tersebut. Umumnya pemasaran dapat dinyatakan dengan pola pikir yang penuh kesadaran bahwa perusahaan tidak akan mampu mempertahankan eksistensinya tanpa dilakukannya transaksi pembelian. Perusahaan hendaknya dapat melakukan pemasaran barang ataupun jasa yang diproduksi pada konsumen sehingga dapat mempertahankan eksistensi dan persaingan dengan perusahaan lainnya. Permasalahan pemasaran merupakan permasalahan yang cukup kompleks

Pelanggan merupakan pihak yang melakukan pembelian serta mempergunakan sebuah produk secara kontinu. Pelanggan atau pengguna sebuah produk merupakan pihak yang memiliki korelasi dengan produk baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan pelaku usaha, loyalitas dari pelanggan berperan sangat penting pada sebuah perusahaan. Karenanya mereka tidak merasakan kepuasan akan sebuah pelayanan dalam grabfood maka pelanggan akan melakukan pengaduan pada customer services untuk segera di tindaklanjuti kepada perusahaan grab supaya dari pihak grabfood pun tau akan kesalahan yang terjadi di lapangan agar mempertahankan kualitas yang grabfood punya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Kotler dan Amstrong (2013:151) berpendapat bahwa: “adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”

Menurut (Djasmin Saladin 2001:95) menerangkan bahwa: “Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa”.

Menurut Basu Swastha & Irawan (2005:241) mengatakan bahwa: “Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”

Promosi

Daryanto (2011:94) berpendapat bahwa: “Kegiatan terakhir dari marketing mix yang sangat penting dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen”

Swastha (2000:22) berpendapat bahwa: “Promosi adalah promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”.

Boyd (2000:65) berpendapat bahwa: “promosi adalah upaya untuk membujuk orang untuk menerima produk, konsep, gagasan.”

Kualitas Pelayanan

Arianto (2018:83) berpendapat bahwa: “Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan”

Menurut Kotler dan Keller (2016:143): “Kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.

Kasmir (2017:47) berpendapat bahwa: “Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen”.

Keputusan Pembelian

Buchari Alma berpendapat bahwa: “Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical

evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli.”

Kotler dan Keller berpendapat bahwa: “In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice and may also form an intention to buy the most preferred brand.”

III. METODE

Dipergunakan jenis penelitian survey dengan metode kuantitatif. Dilaksanakan penelitian pada Platform Grabfood. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni jenis Primer dan Sekunder dengan populasi dan sampel yakni konsumen Grabfood, ditetapkan sampel sebanyak 95 orang pengguna Grabfood yang dipilih berdasarkan metode simple random sampling. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yakni kuisioner, observasi, dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data penelitian ini yakni statistik deskriptif, uji kualitas data (validitas, reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastitas), uji hipotesis (uji regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji partial, uji simultan)

IV. HASIL

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Berganda & Uji Koefisien Determinasi

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Promosi, KualitasPelayanan ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: PengambilanKeputusanPembelian			
b. All requested variables entered.			

(Sumber: Hasil Olahan SPSS V.25)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,717	,708	1,554
a. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, KualitasPelayanan				
b. Dependent Variable: PengambilanKeputusanPembelian				

(Sumber: Hasil Olahan SPSS V.25)

Dari hasil analisis olahan SPSS, menunjukkan beberapa output tabel yang terdiri dari *Variables Entered/Removed*, *Model Summary*, *ANOVA*, dan *Coefficient*. Berikut hasil interpretasi dari output tersebut:

R pada regresi linier berganda menunjukkan nilai korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen (Variabel X) dengan variabel dependen (Variabel Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika mendekati 1, hubungan semakin erat, jika mendekati 0, hubungan makin lemah. Nilai R didapat 0,847 yang artinya korelasi antara variabel – variabel X terhadap variabel Y erat, karena mendekati 1.

R Square (R^2), menunjukkan koefisien determinasi yang mendefinisikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,717 yang artinya pengaruh variabel – variabel X terhadap variabel Y sebesar 71,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Adjusted R Square, menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan lebih dari dua variabel independen. Nilai *adjusted R²* didapat 0,708 yang artinya pengaruh variabel – variabel X terhadap variabel Y sebesar 70,8%.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,238	2,177		2,865	,005		
	Promosi	,338	,077	,392	4,390	,000	,389	2,568
	Kualitas Pelayanan	,359	,092	,381	3,924	,000	,329	3,039
	Harga	,135	,084	,149	1,614	,110	,362	2,760
a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pembelian								

(Sumber: Hasil Olahan SPSS V.25)

1) t hitung

Merupakan pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh variabel X1 (Promosi), X2 (Kualitas Pelayanan), X3 (Harga) terhadap Y secara parsial, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel.

2) Signifikansi

Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dengan 3 variabel independen adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Nilai e diasumsikan = 0

Kemudian nilai – nilai pada output dimasukkan ke dalam persamaan regresi inier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,238 + 0,338X_1 + 0,359X_2 + 0,135X_3$$

Penjelasan persamaan regresi:

- Nilai konstanta (a) sebesar 6,328, yang artinya bahwa jika seluruh variabel nilainya 0 (nol) maka tingkat keputusan pembelian produk sebesar positif 6,328 atau tingkat keputusan pembelian meningkat.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (b1) bernilai positif sebesar 0,338 yang artinya jika tingkat promosi naik satu satuan maka tingkat keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,338.
- Nilai koefisien regresi variabel sosial dan kontrak (b2) bernilai positif sebesar 0,359 yang artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka tingkat keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,359.
- Nilai koefisien regresi variabel citra merek (b3) bernilai positif sebesar 0,135 yang artinya jika harga naik satu satuan maka tingkat keputusan pembelian produk akan mengalami kenaikan sebesar 0,135.

3) Uji t

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,025 dan uji 2 sisi (Sig 2 – tailed). Berikut analisis uji t: Pengujian koefisien variabel X1 promosi (b₁)

4) Merumuskan Hipotesis

Ho: Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ha: Variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian

5) Menentukan t hitung

Dari output didapat t hitung sebesar 4,390

6) Menentukan t tabel

Tingkat signifikansi (α) = 0,025; uji dua sisi (sig 2 – tailed)

Derajat kebebasan $df = (n - 1) = (95 - 1) = 94$

$t_{tabel} = 1,985$

7) Kriteria Pengujian

Jika $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, H_0 diterima, H_a ditolak.

Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak, H_a diterima.

8) Kesimpulan

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,390 > 1,984$) H_0 ditolak, H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berikut hasil rekapitan uji t variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial:

- H_0 : Variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- H_a : Variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian
- Jika $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, H_0 diterima, H_a ditolak.
- Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak, H_a diterima.
- Jika signifikansi $\leq 0,025$ H_0 ditolak, H_a diterima
- Jika signifikansi $> 0,025$ H_0 diterima, H_a ditolak

Tabel 3 Hasil Rekapitulasi Uji t

Variabel	Nilai t		Signifikansi		Hasil	
	t_{hitung}	t_{tabel}	Output Sig	Tingkat Sig	Nilai t	Sig
X1 (Harga)	1,614,	1,985	0,000	0,025	Tidak Berpengaruh	Tidak Signifikan
X2 (Promosi)	3,924	1,985	0,000	0,025	Berpengaruh	Signifikan
X3 (Kualitas pelayanan)	4,390	1,985	0,110	0,025	Berpengaruh	Signifikan

(Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2022)

Dari hasil Tabel 4.13, hasil rekapitan uji t variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan nilai t_{tabel} dan signifikansi menunjukkan bahwa ada beberapa variabel bebas yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat dan H_0 ditolak, H_a diterima, yakni 1) Harga (X1), 2) Promosi (X2), 3) Kualitas Pelayanan (X3)

• Uji F

Tabel 4 Hasil Uji F tabel

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	557,707	3	185,902	76,956	,000 ^b
	Residual	219,830	91	2,416		
	Total	777,537	94			
a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan						

(Sumber: Hasil Olahan SPSS V.25)

Digunakan untuk menjelaskan hasil uji F atau koefisien regresi secara bersama – sama dengan tujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel – variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Berikut analisis uji F:

1) Merumuskan Hipotesis

- H_0 : Variabel – variabel X (Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga) secara bersama – sama tidak berpengaruh terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian).
- H_a : Variabel – variabel X (Promosi, Kualitas Pelayanan, Harga) secara bersama – sama berpengaruh terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian).

- 2) Menentukan F Hitung
Dari output diperoleh F hitung sebesar 76,956
- 3) Menentukan F tabel
Tingkat signifikansi (α) = 0,05
F tabel = (α ; Df1; Df2)
Df1 = (k - 1) = (3 - 1) = 2
Df2 = (n - k) = (95 - 2) = 93
F tabel (0,05; 2; 93) = 3,09
- 4) Kriteria Pengujian
Jika F hitung \leq F tabel, Ho diterima, Ha ditolak.
Jika F hitung $>$ F tabel, Ho ditolak, Ha diterima.
- 5) Kesimpulan
Berdasarkan nilai F hitung $>$ F tabel atau 76,956 $>$ 3,09 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel – variabel X secara bersama–sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel Y Keputusan Pembelian.
Berdasarkan nilai signifikansi, jika nilai signifikansi \leq 0,05, Ho ditolak, Ha diterima dan jika nilai signifikansi $>$ 0,05, Ho diterima, Ha ditolak. Nilai signifikansi pada uji F kurang dari 0,05 (0,000 $<$ 0,05), sehingga Ho ditolak, Ha diterima, yang artinya variabel – variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Pembahasan

a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Grabfood

Hasil pengujian yang diperoleh bahwa variabel harga tidak berpengaruh, positif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian konsumen pada grabfood. Hal ini terlihat nilai t hitung untuk variabel harga sebesar 1,614 $<$ nilai t tabel 1,985 dengan signifikansi 0.000 $<$ 0.025. artinya bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di grabfood, artinya jika variabel harga ditingkatkan maka keputusan pembelian konsumen akan menurun atau biasa saja. Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena konsumen sudah mempercayai dan meyakini grabfood sudah memiliki harga yang baik dibandingkan dengan produk lainnya. Artinya konsumen beranggapan bahwa harga Grabfood telah sesuai dengan kehendak dan harapan konsumen.

b. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Grabfood

Hasil pengujian yang diperoleh bahwa variabel promosi berpengaruh kuat, positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Grabfood. Hal ini terlihat nilai t hitung untuk variabel promosi sebesar 3,924 $>$ nilai t tabel 1,985 dengan signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.025. dengan demikian hipotesis 1 terdukung secara statistik. Hal ini berarti bahwa promosi memberikan dampak keputusan pembelian konsumen di Grabfood sehingga jika terjadi peningkatan variabel promosi maka keputusan pembelian juga akan meningkat.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Grabfood

Hasil pengujian yang diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh kuat, positif dan signifikan pada keputusan pembelian di Grabfood. Hal ini terlihat nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 4,390 $>$ nilai t tabel 1,985 dengan signifikansi 0.010 lebih kecil dari 0.025. Artinya Hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat dampak yang diberikan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian. Umumnya responden menilai positif berkenaan dengan variabel kualitas pelayanan pada keputusan pembelian. Keputusan konsumen sesuai dengan kualitas pelayanan, mengingat semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan pembelian semakin tinggi.

d. Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Grabfood

Hasil pengujian yang diperoleh bahwa variabel Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian di Grabfood. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F tabel atau 76,956 $>$ 3,09 dengan signifikan $<$ 0.05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel–variabel X secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel Y Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga, promosi, kualitas pelayanan yang ada pada aplikasi grab secara bersama-sama dapat mempengaruhi persepsi dari konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian pada Grabfood. Masing-masing variabel pada dasarnya memiliki peranan akan tetapi dalam hal ini konsumen selain mempertimbangkan harga, mempertimbangkan promosi, dan juga aspek kualitas pelayanan.

V. KESIMPULAN

Dalam memberikan jawaban atas berbagai masalah yang merupakan tujuan dari dilaksanakannya penelitian, maka ditetapkan kesimpulan berikut ini:

1. harga tidak berpengaruh, positif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian konsumen pada grabfood. Hal ini terlihat nilai t hitung untuk variabel harga sebesar $1,614 < \text{nilai } t \text{ tabel } 1,985$ dengan signifikansi $0.000 < 0.025$. artinya bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di grabfood, artinya jika variabel harga ditingkatkan maka keputusan pembelian konsumen akan menurun atau biasa saja. Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena konsumen sudah mempercayai dan meyakini grabfood sudah memiliki harga yang baik dibandingkan dengan produk lainnya. Artinya konsumen beranggapan bahwa harga Grabfood telah sesuai dengan kehendak dan harapan konsumen.
2. Promosi berpengaruh kuat, positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Grabfood. Hal ini terlihat nilai t hitung untuk variabel promosi sebesar $3,924 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,985$ dengan signifikansi $0.000 < 0.025$. sehingga dinyatakan bahwa H1 terdukung secara statistik. Hal ini berarti bahwa promosi memberikan dampak keputusan pembelian konsumen di Grabfood sehingga jika terjadi peningkatan variabel promosi maka keputusan pembelian juga akan meningkat.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh kuat, positif dan signifikan pada keputusan pembelian di Grabfood. Hal ini terlihat nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $4,390 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,985$ dengan signifikansi 0.010 lebih kecil dari 0.025 . Artinya Hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat dampak yang diberikan kualitas pelayanan pada keputusan pembelian. Umumnya responden menilai positif berkenaan dengan variabel kualitas pelayanan pada keputusan pembelian. Keputusan konsumen sesuai dengan kualitas pelayanan, mengingat semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan pembelian semakin tinggi.
4. Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh pada keputusan pembelian di Grabfood. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $> F \text{ tabel}$ atau $76,956 > 3,09$ dengan signifikansi < 0.05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel-variabel X secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel Y Keputusan Pembelian. dimana t hitung $(4,390) > t \text{ tabel } (1,985)$ disusul dengan promosi dimana $(3,924) > t \text{ tabel } (1,985)$ serta harga $(1,614) > t \text{ tabel } (1,985)$.

DAFTAR PUSTAKA

- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(1), 132-135.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 73-82.
- Novianti, R., & Sinaga, K. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen Produk Pasta Gigi Pepsodent. *Management & Accounting Research Journal Global*, 1(1).
- Priangani, A. (2013). Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal kebangsaan*, 2(4), 1-9.
- Sany, E. (2020). SISTEM INFORMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PEMASARAN PADA CV. ANUGRAH SINAR ABADI. *FORTECH (Journal of Information Technology)*, 4(1), 20-25.
- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46-53.
- Sarjana, B., Meitriana, M. A., & Suwendra, I. W. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT HARGA PERUMAHAN DI KABUPATEN BULELENG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 356-364.
- Sarjan, M., Na'im, B. J., & Wati, R. (2020). KOPI SAJANG MENUJU DUNIA MELALUI PROMOSI DAN PEMBAHARUAN KEMASAN PRODUK. *Jurnal Warta Desa (JWD)*, 2(1), 135-140.

Yesrima, D. (2016). *Kualitas Pelayanan Pada Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPMPTSP) Kota Padang (Izin Gangguan, Surat Izin Usaha Perdagangan, dan Tanda Daftar Perusahaan)* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Pengaruh *Work From Home* dan Stres Kerja terhadap Kompensasi di Masa Pandemi Pada PT. Mega Mustika Gemilang

Elsa Meylisa Naibaho

¹⁾³⁾Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾emeylisaa@gmail.com

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima 30 Oktober 2021;

Perbaikan 30 Oktober 2021;

Diterima 5 Desember 2021;

Tersedia online 15 Desember 2021

Penelitian ini memiliki tujuan untuk: (1) Pengaruh *Work From Home* terhadap Kompensasi dimasa pandemi; (2) Pengaruh Stres Kerja terhadap Kompensasi dimasa pandemi; (3) Pengaruh *Work From Home* dan Stres Kerja terhadap Kompensasi dimasa pandemi. Dari hasil analisis regresi linear berganda didapat $Y = 11,373 + 0,402 X_1 + 0,319 X_2$.

Kata kunci:

Work From Home

Stres Kerja

Kompensasi

Berdasarkan hasil uji hipotesis diperoleh hasil sebesar 64,138 yang yang dinilai ini lebih tinggi dari F_{tabel} sejumlah 3,09. Sehingga H_0 ditolak dan H_a disetujui disebabkan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat 5% dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $100 - 2 = 98$. Sementara uji coba t didapat hasil t_{tabel} yaitu 1,660 tergambar bahwa angka ini melebihi dibandingkan dengan t_{hitung} yang dengan nilai 1,660 maka dikatakan H_a diterima dan H_0 tidak.

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia adalah faktor krusial pada sebuah perusahaan atau organisasi. Perusahaan membutuhkan sebuah strategi untuk mencapai sebuah tujuan dalam memenangkan persaingan bisnis. Maka dari itu seharusnya perusahaan memberi arah yang lebih positif untuk teraihnya tujuan. Supaya aktivitas dalam manajemen terlaksana dengan optimal, Perusahaan harus mempunyai pegawai yang mempunyai pengetahuan dan mempunyai keterampilan besar disertai upaya dalam melakukan pengelolaan perusahaan dengan optimal mungkin sehingga kinerjanya terjadi peningkatan.

Di Indonesia sekarang sedang digemparkan dengan terdapatnya virus baru yang bersumber dari Negara China Kota Wuhan, Tiongkok. Virus ini dikenal dengan Virus Covid-19 atau disebut Virus Corona, Virus ini sangat mengganggu setiap masyarakat karna penularannya sangat cepat terjadi dengan kontak langsung dengan orang yang terinfeksi. Permasalahan dan perubahan dapat berpengaruh pada suasana lingkungan kehidupan manusia menjadi tidak kondusif. Perubahan gaya hidup seseorang berubah seiring penerapan protokol kesehatan yang ketat. Penanganan yang diambil oleh perusahaan adalah bekerja di rumah yang dinamakan *Work From Home* (WFH). Sistem dalam kerja WFH memang mempunyai fleksibilitas yang cukup besar, perihal ini supaya menunjang seimbangannya diantara pegawai dengan kehidupan dan pekerjaan. Ketika ini WFH telah dijadikan solusi untuk setiap perusahaan di Indonesia agar aktifitas administrasi tetap berjalan dengan baik.

Selain berlakunya *Work From Home* (WFH) yang dialami karyawan, para pelajar pun mengalami dampak dalam pembelajaran pun terjadi, pembelajaran selama masa covid-19 dilakukan dengan daring atau disebut *e-learning*. Pemakaian sebuah teknologi informasi dalam tahapan pendidikan ialah konsep paling dasar dari defenisi *e-learning* (Kusnawan, 2020). Begitu juga dengan sistem pola pembayaran online seperti Bank BCA dengan meluncurkan produk kartu FLAZZ. Seiring berjalannya waktu karyawan pun menikmati fasilitas yang diberikan oleh setiap pembayaran online atau *e-wallet*, pemberian diskon besar-besaran yang cukup menarik perhatian para konsumennya. Menurut Kotler yang dikutip (Kusnawan, 2019) menjelaskan bahwa diskon yakni penyesuaian harga dasar daam memberi penghargaan terhadap konsumen dari berbagai reasi tertentu, misalnya pembayaran tagihan lebih awal, pembelian diluar musim dan volume pembelian.”

II. TINJAUAN PUSTAKA

Work From Home

Menurut (Ariyanto, 2020) “*Work from home* yang bermakna bekerja dari rumah. WFH didefenisikan cara kerja pegawai di luar kantor, bisa dicafe, di villa, di rumah, atau dimanapun itu bergantung kenyamanan seseorang pegawai pada saat sedang tidak ada di lingkungan kantor. WFH ini umumnya dipergunakan oleh para pegawai pada saat jenuh dengan kondisi kantor dan ingin merasakan keadaan yang berlainan lebih fleksibel dan dapat mensinergikan di antara kondisi di rumah dan di kantor, sehingga bisa lebih dapat meningkatkan produktifitas.”

Menurut (Latifah, 2020) ada beberapa solusi yang dapat dilakukan agar bekerja tetap produktif dirumah, diantaranya :Memiliki ruang kerja, Menetapkan rutinitas, terutama jam kerja, Berpakaian Rapih, Kenali Tubuh Kita, Jangan terganggu dengan hal kecil di rumah, Dapatkan peralatan yang kita butuhkan

Stres Kerja

Berdasarkan (Vanchapo, 2020) menjelaskan:

“Kondisi emosi yang timbul dikarenakan terdapatnya beban kerja dan kemampuan seseorang yang tidak sesuai dalam menghadapi berbagai makanan yang dialami. Stres juga dapat didefinisikan sebagai sebuah keadaan tekanan yang menciptakan terdapatnya ketidakseimbangan psikis dan fisik yang berpengaruh terhadap proses berpikir, emosi dan keadaan seorang karyawan.”

Berdasarkan (Safitri Eka, 2019) menjelaskan tiga faktor yang dapat membuat penyebab stres kerja yakni :Faktor Organisasi, Lingkungan, dan Individu.

Kompensasi

Menurut (Sinambela Poltak, 2016) menjelaskan bahwa:

“Kompensasi adalah sebuah motivasi utama dan alasan mengapa karyawan bekerja.”

Berdasarkan (Badriyah, 2015) menjelaskan bahwa:

“Kompensasi ialah seluruh wujud balas jasa atau imbalan yang disampaikan oleh perusahaan dan didapat oleh para karyawan terhadap kerja yang telah dilaksanakan.”

Indikator kompensasi berdasarkan (Simamora, 2017) ialah seperti dibawah ini: Upah, Gaji, Tunjangan, Insentif, Bonus, Pesangon, Pensiundini, Pensiun penuh, Pensiun, Asuransi.

III. METODE

Dalam pendekatan melaksanakan riset dengan data kuantitatif, studi kasus dan kualitatif yang terdapat didalam perusahaan. Riset yang dilakukan untuk membuah hasil data berbentuk kata-kata tertulis atau pun secara lisan dan untuk memahami dan mengetahui permasalahan atau fenomena yang berlangsung dengan menghimpun bermacam informasi yang kemudian akan diolah untuk memperoleh solusi dan permasalahan akan diungkap pada riset dapat diselesaikan dengan baik.

100 pekerja dan total sampel 100 pegawai ikut pada riset di PT. Mega Mustika Gemilang.

Tabel1. Data Narasumber

Jenis Kelamin	Total Narasumber	Persentase
Pria	47	47.00%
Wanita	53	53.00%
Jumlah	100	100.00%

Pengumpulan Data

a. Pengamatan (Observasi)

Observasi dengan langsung yang dilaksanakan dalam melakukan pengujian objektivitas data yang didapat dari PT. Mega Mustika Gemilang.

- b. Wawancara
hal ini ialah metode penarikan data yang dipergunakan dalam mendapatkan masalah yang perlu diamati dan juga dalam memperoleh informasi yang lebih dalam dari narasumber.
- c. Kuesioner
Dengan memberikan persebaran daftar pertanyaan atau angket yang diberikan terhadap narasumber supaya dijawab dan diisi. Hal ini bertujuan agar memperoleh tanggapan keterangan serta pandangan dari narasumber.
- d. Studi Kepustakaan
Dilaksanakan dengan teknis mempelajari dan membaca buku referensi sumber dan jurnal yang berkenaan dengan materi yang akan diamati agar menjadi pelengkap informasi yang diperlukan.
- e. Online Research (Riset Internet)
Mendapatkan informasi dan data dari tambahan dan situs-situs web yang berkaitan dengan riset.

Data yang dikumpulkan berguna agar dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang timbul akibat penelitian ini. Data dapat berupa hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, ataupun observasi langsung ke objek penelitian. “Untuk bisa memberikan pengukuran pandangan narasumber dipergunakan skala Likert yakni setiap mulai angka 5 untuk pandangan yang sangat setuju (SS) dan angka 1 bagi sangat tidak setuju (STS). Skala Likert dapat memberi nilai dan bobot skala dalam tiap alternatif jawaban yang memiliki gradasi dari sangat positif hingga negatif, maka dengan instrumen ini akan mendapat total skor untuk tiap narasumber dengan kata-kata seperti dibawah ini:

Tabel 2. Indikator Jawaban Narasumber

Nilai Indikator	Indikator Jawaban	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Kurang Setuju	KS
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

1. Statistika Deskriptif

Berdasarkan (Sugiyono, 2017) mengatakan bahwa: “Statistik Deskriptif ialah statistika yang dipergunakan dalam menganalisa data dengan memberikan deskripsi ataupun teknis memberikan gambaran data yang telah dikumpul seperti sedia kala tanpa terdapat tujuan menyusun simpulan yang berlaku untuk generalisasi ataupun umum.”

2. Pengujian Kualitas Data

a. Pengujian Validitas

Uji coba validitas dipergunakan dalam menjalankan pengukuran valid atau pun tidak valid sebuah angket. Data kuesioner riset dinyatakan valid jika memiliki pernyataan atau pertanyaan angket yang dapat menjelaskan suatu hal yang lalu diukur oleh kuesioner tersebut. Uji coba dalam menetapkan signifikan maupun tidak signifikan dengan memperbandingkan nilai R tabel dan R hitung, memakai Software Statistical Package Social Science (SPSS)

b. Pengujian Reliabilitas

Dengan pengujian reliabilitas memiliki konsentrasi dengan data hasil dan bermanfaat agar menetapkan instrumen pada angket yang dapat dipergunakan lebih dari sekali atau dengan narasumber yang sama. Metode yang dipergunakan pada pengujian ini ialah teknik *Cronbach*.

Pengujian realibilitas dapat dinilai jika kriterianya:

- a. Jika Cronbachs Alpha > 70% ataupun 0,7 sehingga pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat diyatakan reliabel.
- b. Jika Cronbachs Alpha < 70% ataupun 0,7 sehingga pertanyaan yang ada pada kuesioner dapat dinyatakan tidak reliabel.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Data ini secara umum tidak dikarenakan oleh satu variabel, akan tetapi oleh beberapa ayai banyaknya variabel. Maka dari itu penulis mempergunakan regresi linear berganda agar menganalisa pengaruh dan hubungan satu variabel dependen dengan dua ataupun lebih variable bebas.

4. Analisa Korelasi Berganda

Analisa korelasi berganda ialah alat tukar untuk meninjau kadar keterkaitan diantara Y dan X1, X2 dengan bersamaan. Jika mempunyai 3 variabel Y, X1, X2.

Sehingga korelasi dapat dideskripsikan dengan persamaan seperti dibawah ini:

$$R = \frac{b1 \sum X1Y + b2 \sum X2Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

Y = Kompensasi

X1 = *Work From Home*

X2 = Stres Kerja

5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan hasil rumusan sementara perihal suatu hal yang disusun agar menjabarkan serta juga mengarahkan dan atau menuntun riset sementara secara statistik hipotesis juga dimaknai selaku sebagai pernyataan perihal keadaan populasi yang akan diuji keabsahannya dari data yang diperoleh dari sampel riset. Hipotesis yang dipergunakan pada riset ini ialah diuji dengan tahapan uji coba hipotesis. Dibawah ini ialah tahapan proses tersebut:

a. Uji T (Parsial)

Pengujian t ataupun parsial dijalankan bermaksud agar bisa menguji dan memperlihatkan pengaruh dari setiap variabel independen kepada variabel dependen. Tujuan pengujian t untuk mengenal korelasi Stres Kerja dan work from home dengan memakai pengujian parsial (uji t).

Landasan penarikan keputusan uji coba:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga H_0 diterima

b. Pengujian F (Simultan)

Uji F dipergunakan alam menelusuri seberapa jauh variabel bebas dengan bersamaan dapat mempengaruhi variabel terikat.

Dibawah ini dasar penarikan keputusan uji coba:

1. Signifikan ($F < 0,05$), artinya menerima H_a dan menolak H_0 .
2. H_0 di terima H_a di tolak bila signifikan (F) dengan nilai $> 0,05$.

6. Koefisien Determinasi

Bila ternyata daerah uji coba hipotesis atas di tolak sehingga berikutnya koefisien dikalkulasi koefisien determinasi dalam menelusuri besar kontribusi variabel X (*Work From Home* dan Stres Kerja) atas variabel Y (Kompensasi)

$$Kd = r^2 \times 100$$

7. Hasil Uji Reabilitas dan Validitas

a. Uji Realibitas dan Validitas Work From Home

Reliability Statistics

Cron bach's Alpha	Cron bach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,871	,871	10

Di simpulkan bahwa nilai *Cron bach's Alpha* 0,871 lebih besar dari 0,70 dibuktikan reliabel dan narasumber menunjukkan kestabilan dan mempunyai konsistensi yang besar dalam memberikan jawaban angket

b. Uji Realibitas dan Validitas Stres Kerja

Reliability Statistics

Cron bach's Alpha	Cron bach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,895	,894	10

Di simpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,895 melebihi dari 0,70 terbukti reliabel dan narasumber menunjukkan kestabilan dan mempunyai konsistensi yang tinggi dalam menjawab kuesioner.

c. Uji Realibitas dan Validitas Kompensasi

Reliabiliti Statistics

Cron bach's Alpha	Cron bach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,861	,861	10

Disimpulkan bahwa nilai *Cron bach's Alpha* 0,861 lebih besar dari 0,70 tergambar reliabel dan narasumber menunjukkan konstan dan berkonsistensi yang besar untuk memberikan jawaban angket.

8. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficient B	Std. Errors	Standardized Coefficient Beta	T	Sig.
1	(Constants)	11,373	2,205		5,157	,000
	Work From Home	,402	,103	,426	3,894	,000
	Stres Kerja	,319	,094	,371	3,395	,001

a. Dependen Variable: Kompensasi

$$Y = 11,373 + 0,402_1 + 0,319_2$$

Dapat dijelaskan dari data persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa :

1. Konstanta = 11,373
 Jika variabel Work From Home, Stres kerja diasumsikan tetap, maka kompensasi akan meningkat sebesar 11,373
2. Ketika variabel *Work From Home* mengalami penurunan atau peningkatan sejumlah 1 point sehingga variabel Y (Kompensasi) akan terjadi penurunan atau peningkatan sejumlah 0,402.
3. Ketika variabel Stres Kerja mengalami penurunan atau peningkatan sejumlah 1 point sehingga variabel Y (Kompensasi) akan terjadi penurunan atau peningkatan sejumlah 0,319.

9. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficient B	Std. Errors	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
1	(Constants)	11,373	2,205		5,157	,000
	Work From Home	,402	,103	,426	3,894	,000
	Stres Kerja	,319	,094	,371	3,395	,001

a. Dependen Variable: Kompensasi

Menurut ketentuan yang ada pada uji T, maka tahapantahapandalamuji T terdiri dari :

- a. Penetapan nilai t_{tabel} memakai tingkat kesalahan $(1-a)$ sejumlah 5% dan tingkat kebebasan *Degree Of Freedom* maka didapatkan perhitungan $df = 100 - 2 = 98$ yang bernilai t_{tabel} sejumlah 1,660.
- b. Menurut hasil dalam variable *Work From Home* (X1) bernilai t hitung $3,894 > t$ tabel 1,660 serta nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ maka kesimpulannya bahwa H_a diterima dan H_o di tolak yang bermakna ada pengaruh *Work From Home*(X1) kepada Kompensasi(Y).

10. Temuan Pengujian F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2398,726	2	1199,363	64,138	,000 ^b
	Residual	1813,864	97	18,700		
	Total	4212,590	99			

a. Dependen Variabel: Kompensasi

b. Predictor: (Constants), *Work From Home*, Stres Kerja

Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel bebas yakni *Work From Home* (X1) dan Stres Kerja (X2) memiliki nilai signifikansi sejumlah 0,000 serta F hitung 64,138 > F tabel 3,09 sehingga H_0 diterima. Maka kesimpulannya bahwa *Work From Home* (X1) dan Stres Kerja (X2) dengan bersamaan mempengaruhi kepada Kompensasi (Y).

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	,755 ^a	,569	,561	4,32431	,569	64,138	2	97	,000	1,881

a. Predictors: (Constant), *Work From Home*, Stres Kerja

b. Dependent Variable: Kompensasi

Berdasarkan dengan hasil diatas sehingga R Square bernilai 0,561 ataupun 56,1%. Perihal ini bermakna variabel *Work From Home* (X1) dan Stres Kerja (X2) berhubungan yang cukup signifikan sejumlah 56,9% kepada Kompensasi (Y) dan 43,9% sisanya terpengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diamati.

V. KESIMPULAN

Dari hasil riset ini, sementara perihal yang dapat peneliti kesimpulan dari sebagian bahasan ini,serta kesimpulan tersebut ialah sebagaiberikut :

1. Ada pengaruh yang signifikan secara parsial serta hubungan yang sangat rendah diantara *Work From Home*(X1) kepada Kompensasi(Y) di PT.Mega Mustika Gemilang,yakni sebesar16,16%.
2. Ada korelasi yang besar secara parsial dan korelasi yang sangat kecil diantara Stres Kerja (X2) kepada Kompensasi (Y) di PT.Mega Mustika Gemilang,yakni sebesar10,17%.
3. Ada korelasi yang besar secara simultan dan hubungan kuatantara *Work From Home* (X1) dan Stres Kerja (X2) kepada Kompensasi Karyawan(Y) di PT.Mega Mustika

Gemilang ketika pandemic yang berkontribusi sejumlah 0,561 ataupun 56,1% dan sisa tersebut ada korelasi faktor lainnya yang dapat berpengaruh pada kompensasi karyawannya itu sebesar 43,9%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A. dkk. (2020). *Covid 19 & Work from Home* (Gita Puspita (ed.)). Desanta Muliavisitama.
- Badriyah, M. (2015). *Manajemen sumber daya manusia*. pustaka setia.
- Terhadap Kinerja Karyawan. *ILMIAH MANAJEMEN BISNIS*, 16.
- Kusnawan, agus dkk. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenialdi Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5, 142. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Kusnawan, agus dkk. (2020). Analisa Penggunaan Metode Pembelajaran E-learning terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa. *ECo-Buss*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.32877/eb.v3i1.171>
- Latifah, nur aini dkk. (2020). *Work From Home “Produktivitas Kerja Selama di Rumah”* (2) (Ahmad Fahrudin (ed.); 2nd ed.). IAIN TULUNGAGUNG PRESS. https://www.academia.edu/45461529/Work_From_Home_Produktivitas_Kerja_Selama_di_Rumah_2_Penulis
- Safitri Eka, A. dkk. (2019). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT.Telkom Witel Bekasi. *Ecodemica*, 3, 173. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Siagian P, S. (2019). *Manajemen sumber daya manusia* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Sinambela Poltak, L. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. ALFABETA.
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Manajemen Pendidikan Islam*, 9.
- Vanchapo, A. R. (2020). *Beban Kerja dan Stres Kerja*. Qiara Media.

Pengaruh Sistem Pelaporan Online, Modernisasi Sistem Perpajakan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Badan (Studi Kasus Pada PT. Matahari Putra Prima, Tbk)

Virnia Agatha¹⁾, Suryadi Winata²⁾

¹⁾²⁾Universitas Buddhi Dharma
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

¹⁾Virniaagatha29@gmail.com

²⁾Suryadi.winata@buddhidharma.ac.id

Rekam jejak artikel:

Abstrak

Terima April 2022;
Perbaikan April 2022;
Diterima April 2022;
Tersedia online Juni 2022

Kata kunci

Sistem Pelaporan Online
Modernisasi Sistem Perpajakan
Sanksi Pajak
Kesadaran Wajib Pajak Badan

Tingkat kepatuhan Wajib Pajak merupakan unsur terpenting dalam mempengaruhi tingkat realisasi penerimaan pajak negara. Tidak semua wajib pajak patuh memenuhi kewajiban perpajakannya, sehingga dari tahun ke tahun, realisasi penerimaan pajak belum mencapai target. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pelaporan online serta modernisasi perpajakan yang sudah berjalan dan sanksi pajak secara persial dan simultan terhadap kepatuhan wajib pajak badan pada PT. Matahari Putra Prima Tbk..

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada responden di PT Matahari Putra Prima Tbk.. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan *incidental sampling* yaitu responden yang secara kebetulan/insidental ditemui cocok dan dapat dijadikan sebagai sumber data atau memenuhi kriteria. Teknis analisis data yaitu regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sistem Pelaporan Online dan Modernisasi Perpajakn tidak signifikan, namun berpengaruh positif terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan, sedangkan Sanksi Pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan Wajib Pajak Badan.

I. PENDAHULUAN

Pajak merupakan pungutan pemerintah kepada rakyat yang dapat dipaksakan karena berdasarkan undang undang, yang kontribusinya digunakan untuk memenuhi kebutuhan negara. Berdasarkan data sumber penerimaan APBN, sumber penerimaan dari sektor Pajak masih menempati urutan pertama dengan komposisi terbesar selama lebih dari satu dekade. Tingkat pajak sangat berpengaruh terhadap penerimaan negara. Berbagai jenis pajak yang dibebankan negara kita kepada wajib pajak diantaranya berupa pajak penghasilan, pajak bumi dan bangunan, bea cukai, dan sebagainya.

Berbagai jenis pajak tersebut dalam pemungutannya selain membutuhkan partisipasi aktif pegawai pajak, yang paling utama dibutuhkan adalah kesadaran dari wajib pajak untuk membayar pajak karena dengan membayar pajak merupakan bentuk partisipasi dalam menunjang pembangunan negara. ring kali wajib pajak tidak taat pajak dikarenakan terdapat kesulitan baik dari proses pelaporan dan pembayaran. Namun, perkembangan teknologi yang semakin maju dapat menjawab kesulitan-kesulitan yang dikeluhkan wajib pajak tersebut.

Kesadaran Wajib Pajak atas fungsi perpajakan sebagai pembiayaan Negara sangat diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. Dengan meningkatnya kesadaran Wajib Pajak, diharapkan dapat mengubah yang sebelumnya tidak patuh akan menjadi patuh. Sehingga, dengan begitu diharapkan jumlah pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) akan meningkat, sehingga dapat berdampak padapeningkatan penerimaan pajak penghasilan.

DJP (Direktorat Jenderal Pajak) merupakan lembaga yang memiliki wewenang untuk mengatasi masalah perpajakan dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada Wajib Pajak. Sehingga dapat menumbuhkan minat Wajib Pajak dalam melakukan pelaporan pajak ataupun melalukan kegiatan yang berhubungan dengan perpajakan.

Perkembangan jaman yang sudah modernisasi seperti sekarang ini, maka DJP (Direktorat Jenderal Pajak) meluncurkan aplikasi - aplikasi perpajakan yang di antaranya System Elektronik Filling atau e-filling, e-billing, e-SPT, e-NPWP, e-Registration, drop has dan e-banking. Sehingga dapat memudahkan para wajib pajak dalam melakukan aktivitas perpajakan.

Indonesia merupakan negara yang menganut self assessment system dalam perpajakan. Wajib pajak di berikan kepercayaan dan tanggung jawan agar dapat terciptanya kesadaran Wajib Pajak dalam melaksanakan perpajakannya, yaitu dengan menyetorkan pendapatan yang telah di terima. Dalam sistem ini sangatlah di perlukan peran yang aktif dari Wajib Pajak yaitu di mulai dengan pendaftaran diri wajib pajak untuk memperoleh NPWP , menghitung besarnya pajak, menyetorkan pajaknya dengan tujuan untuk melunasi pajaknya yang terhutang, dan serta menyampaikan Surat Pemberitahuan Terhutang (SPT). Tingkat suatu rasio kepatuhan wajib pajak dalam menyampaikan SPT Tahunan menunjukan suatu peningkatan, di ambil berdasarkan Laporan Kinerja

DJP pada tahun 2019. Perumusan kebijakan yang berkualitas dapat dilihat dari efektivitas atas penurunan perpajakan yang telah di terbitkan dan di tetapkan dalam pekerjaan sehari-hari dalam rangka mengumpulkan penerimaan pajak. Tingkat efektivitas dapat di gunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu usaha atau suati kegiatan dalam rangka mencapai sasaran yang sudah di tetapkan sebelumnya.

DJP pertama kali mengeluarkan e-filling yaitu pada tanggal 14 Mei 2004 dan berhasil menjalankan program e-SPT DJP. E-filling merupakan sebuah layanan pengiriman atau penyampaian SPT secara elektronik baik untuk orang pribadi maupun badan (perusahaan, organisasi) ke DJP melalui sebuah ASP (Application Service Provider atau penyedia jasa aplikasi) dengan memanfaatkan internet yang dapat di lakukan secara online dan realtime, sehingga Wajib Pajak tidak perlu melakukan percetakan formulir yang berupa fisik, karena adanya penyedia jasa berupa ASP, maka e-filling dapat membantu dalam 24 jam sehari dan 7 hari dalam seminggu, sehingga program e-filling dapat digunakan lebih efisien dan efektif.

Sesuai dengan perkembangan teknologi dan modernisasi maka di buat sistem Elektronik Pelaporan Pajak (Surat pemberitahuan Tahunan atau E-SPT) online dan dapat digunakan oleh seluruh wajib pajak yang sudah memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Dengan begitu dapat memudahkan masyarakat dalam proses pelaporan pajaknya. Hanya sekali wajib pajak mendaftarkan ke Kantor Pelayanan Pajak untuk mendapatkan Electronic Filling

Identification Number (EFIN), kemudian Efin yang sudah didapat akan diaktivasi terlebih dahulu oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP), sehingga Efin tersebut akan bisa digunakan. Wajib pajak dapat dengan mudah untuk menggunakan fasilitas dari website DJP secara on-line. Selain itu DJP online membuat wajib pajak memiliki akun khusus untuk dapat mengaksesnya.

Sistem Pembayaran Pajak Secara Elektronik (e-billing) di keluarkan oleh DJP untuk menghindari kesalahan dalam penulisan pelaporan pajak pada Surat Setoran Pajak (SSP) .Sehingga membuat wajib pajak lebih mudah dalam memenuhi kewajiban perpajakan dengan memanfaatkan sistem teknologi yang modern yang dihadirkan oleh Direktorat Jenderal Pajak. Salah satunya yaitu sistem pembayaran elektronik (Billing System). Sistem pembayaran pajak secara elektronik merupakan bagian dari penerimaan Negara secara elektronik yang di administrasikan oleh Biller Direktorat Jenderal Pajak. Billing System terdapat metode dalam pembayaran elektronik yang menggunakan Kode Billing.

Kode billing memiliki definisi tentang pembayaran pajak secara elektronik dengan kode identifikasi yang diterbitkan melalui sistem billing atas suatu jenis pembayaran atau setoran yang akan dilakukan oleh wajib pajak.

Untuk mendapatkan kode billing terdapat beberapa cara yaitu dengan melalui layanan, produk , aplikasi berbasis web yang terhubung dengan DJP atau yang lebih resmi di Platfrom Pajakku, dan juga dengan melalui mandiri dikantor pos atau bank persepsi melalui asistensi petugas dari bank atau kantor pos, penerbitan secara jabatan (Official service) oleh DJP dalam hal terbit (Surat

Ketetapan Pajak, Surat Tagihan Pajak, SPPT PBB, STP PBB, atau SKB PBB) yang dapat mengakibatkan kurang bayar , dan yang terakhir yaitu melalui aplikasi whatsapp dan SMS ke KPP sesuai dengan domisili.

Kesadaran Wajib Pajak atas fungsi perpajakan sebagai pembiayaan Negara sangat diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak. Dengan meningkatnya kesadaran Wajib Pajak, diharapkan dapat mengubah yang sebelumnya tidak patuh akan menjadi patuh. Sehingga, dengan begitu diharapkan jumlah pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) akan meningkat, sehingga dapat berdampak padapeningkatan penerimaan pajak penghasilan.

Berdasarkan uraian diatas, maka diperlukan pengujian mengenai pengaruh yang mempengaruhi kesadaran wajib pajak dalam membuat laporan pajak. Oleh karena itu, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai kepatuhan wajib pajak dengan judul "PENGARUH SISTEM PELAPORAN ONLINE, MODERNISASI SISTEM PERPAJAKAN DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KESADARAN WAJIB PAJAK BADAN".

II. TINJAUAN PUSTAKA

a. Pengertian Pajak

Pajak dipungut dan pelaksanaannya diatur berdasarkan kekuatan Undang – Undang. Pajak dipungut oleh negara, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah dan dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya timbal balik untuk Wajib Pajak oleh pemerintah secara langsung. Pajak digunakan untuk pengeluaran-pengeluaran pemerintah seperti pembangunan, kesejahteraan sosial, dan kemajuan bangsa Indonesia.

b. Sistem Pelaporan Pajak Secara Online

Perpajakan Indonesia mengakomodir sistem informasi dan teknologi informasi dalam pengelolaan administrasi perpajakan, baik untuk keperluan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) ataupun untuk keperluan masyarakat (wajib pajak). Bila pada sebelumnya pengelolaan pajak di lakukan secara manual dan memerlukan waktu yang cukup banyak dan juga banyak membutuhkan kertas, kemudia diubah dengan menggunakan sistem informasi dan teknologi sehingga lebih efisien. Reformasi administrasi perpajakan terlihat dalam kegiatan pelaksanaan kewajiban perpajakan

c. Modernisasi Sistem Perpajakan

Salah Satu bentuk reformasi perpajakan yang digalakkan adalah modernisasi administrasi pelayanan pajak melalui menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Tentunya administrasi perpajakan sudah tidak relevan lagi menggunakan teknologi era pita laset untuk mendapatkan hasil optimal di era digital ini. Hal tersebut penting dilakukan agar WP merasakan kemudahan dalam mematuhi kewajiban perpajakannya. Salah satu penyebab dari minimnya kepatuhan WP adalah proses administrasi yang sulit, tidak efektif dan tidak efisien aehingga menimbulkan biaya kepatuhan yang tidak sedikit.

Sanksi Pajak

1. Sanksi Administrasi

a. Denda

Denda Merupakan salah satu sanksi administrasi yang paling sering ditemui dalam UU perpajakan, besaran denda yang dikenakan tergantung pada jumlah, persentase dari jumlah tertentu, atau berdasarkan perkalian dari jumlah tertentu. Pada umumnya sanksi denda tersebut ditambahkan ke dalam pidana.

b. Bunga

Apabila pelanggaran menyebabkan utang pajak menjadi lebih besar, maka akan dikenakan sanksi administrasi bunga.

Jumlah bunga akan dihitung berdasarkan persentase tertentu dari suatu jumlah, mulai dari saat bunga tersebut menjadi hak kewajiban sampai dibayarkan.

c. Kenaikan

Sanksi Administrasi kenaikan ini disebabkan jika wajib pajak dikenakan sanksi kenaikan, sehingga jumlah pajak yang harus dibayarkan mengalami kenaikan berlipat ganda. Sanksi kenaikan dihitung dengan persentase tertentu yang dilihat dari jumlah pajak kurang bayar

. Sanksi kenaikan merupajkn sanksi adminitrasi yang paling dihindari oleh wajib pajak.

d. Sanksi Pidana

Terdapat 3 jenis sanksi pidana, yang tertuang dalam UU perpajakan antara lain sebagai berikut :

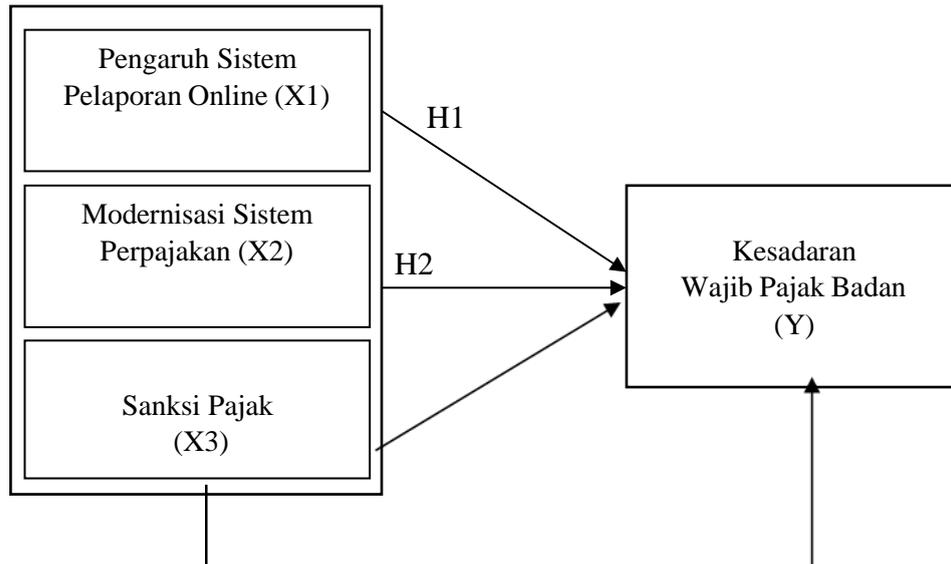
1. Denda pidana akan dikenakan pada pihak yang melakukan tindak pidana bersifat pelanggaran maupun bersifat kejahatan. Sanksi pidana dikenakan kepada wajib pajak dan diancamkan juga kepada pejabat pajak atau pihak ketiga yang terbukti melanggar norma yang berlaku.

2. Pidana kurungan merupakan sanksi pidana yang hanya diancamkan pada wajib pajak yang melakukan pelanggaran, misalnya wajib pajak itu sendiri atau pihak ketiga. Ketentuan tindakan ini sama dengan yang diancamkan pada denda pidana. Namun, pidana kurungan berarti pihak yang melakukan pelanggaran akan dikurung.

3. Pidana penjara merupakan sanksi yang berupa kurungan, pidana penjara yang merupakan hukuman perampasan kemerdekaan. Ancaman pidana penjara ini tidak ditujukan kepada pihak ketiga, melainkan hanya kepada pejabat dan wajib pajak.

Sanksi berupa denda atau pidana dibuat guna untuk menumbuhkan kesadaran Wajib Pajak untuk melakukan kewajiban perpajakannya yang sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

Kerangka Pemikiran



Perumusan Hipotesa

1. Pengaruh Penerapan Sistem Pelaporan Online Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Badan

Penelitian Yang dilakukan Puji Rahayu, 2016 yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Elektronik Filling (E-Filling) Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi dalam Dalam Melaporkan SPT”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan pada sistem pelaporan secara online berpengaruh terhadap kesadaran Wajib Pajak badan.

H1: Sistem Pelaporan Secara Online berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak Badan

2. Pengaruh Modernisasi Perpajakan Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Badan

Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Febrian Arifin , 2016 yang berjudul “Pengaruh Modernisasi Perpajakan, Kesadaran Perpajakan, Sanksi Pajak dan Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi” dan penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Yunita Sari, 2019 yang berjudul “Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan Modern, Pengetahuan Perpajakan dan Kualitas Pelayanan Fiskus pada Kepatuhan WPOP”. Dari kedua penelitian tersebut menunjukan Modernisasi Perpajakan berpengaruh terhadap kesadaran wajib pajak badan.

H2 : Modernisasi Sistem Perpajakan Berpengaruh Positif Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Badan

3. Pengaruh Sanksi Pajak Terhadap Kesadaran Wajib Pajak Badan

Menurut penelitian Harijanto Sabijono , 2017 yang berjudul “Pengaruh Sanksi Perpajakan dan Kesadaran wajib pajak terhadap Kepatuhan wajib pajak orang pribadi” . Hal ini menunjukkan hasil ketegasan sanksi yang berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak badan.

H3: Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran Wajib Pajak Badan

III. METODE

Jenis Penelitian

Jenis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.” Penelitian ini terarah pada data berupa angka, data berupa angka tersebut berasal dari jawaban responden dalam kuisioner yang diberikan oleh peneliti yang sudah diberikan skala pengukuran yakni skala likert sehingga data tersebut dapat diolah lebih lanjut.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Badan di PT. Matahari Putra Prima, Tbk

Jenis dan Sumber

Untuk mendapatkan jawaban dari X1, X2, X3 dan Y maka jenis data yang digunakan oleh penulis adalah data kuantitatif yang merupakan jawaban- jawaban atas pertanyaan mengenai pengaruh sistem pelaporan online, modernisasi sistem perpajakan dan sanksi pajak di PT. Matahari Putra Prina Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuisisioner yang disebarakan kepada Supplier PT.Matahari Putra Prima Tbk, yang berupa google form.

Google form merupakan alat aplikasi yang berupa survei yang memungkinkan mengumpulkan suatu informasi dari pengguna melalui kuesioner ataupun lainnya yang dipersonalisasi. Dengan menggunakan google form, maka dapat memudahkan penulis untuk mengetahui validasi dari responden dengan cerdas dan sebagai karakteristik dalam penelitian untuk memperoleh sumber data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut kutipan buku Sugiyono (2011;80) “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang tergolong atas obyek atau subyek yang mempunyai kalitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dari Populasi yang berjumlah 153 Supplier pada PT. Matahari Putra Prima, Tbk. Peneliti akan mengambil sample yang sudah memenuhi kriteria diantaranya adalah :

1. Supplier PT. Matahari Putra Prima Tbk.
2. Memiliki NPWP Badan

Dengan begitu, maka penulis dapat Mengetahui seberapa signifikat pengaruh sistem pelaporan online, modernisasi sistem perpajakan dan sanksi pajak terhadap kesadaran wajib pajak badan di PT. Matahari Putra Prima, Tbk.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner (angket) kepada Wajib Pajak Badan pada PT. Matahari Putra Prima, Tbk

Menurut Sugiyono (2017,225) dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Bisnis menyatakan bahwa“ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”

Skala dalam pengukuran dalam penelitian ini diukur dengan skala likert dengan menggunakan beberapa pertanyaan dan pernyataan untuk mengetahui dan mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan yang terdapat pada setiap butir pertanyaannya maupun pernyataannya, yaitu dengan SS (Sangat Setuju), S (Setuju), RR (Ragu-Ragu), TS (Tidak Setuju), dan STS (Sangat Tidak Setuju). Untuk gradasi nilai dari Sangat Setuju sampai Sangat Tidak Setuju dapat dilihat pada Tabel III.1 Skala Nilai Alternatif Jawaban Kuesioner berikut:

1. Tabel III
Skala Nilai Alternatif Jawaban Kuesioner

Skala Likert		Skor Jawaban
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017, 159)

Operasionalisasi Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut kutipan buku Sugiyono (2017,66) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Bisnis, yaitu: “Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independent. berikut uraian mengenai varibael-variabel yang digunakan yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel independent merupakan variabel bebas. Menurut Sugiyono (2017,68) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Bisnis Menyebutkan bahwa : “Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah :

Variabel X1 = Sistem Pelaporan Online

Variabel X2 = Modernisasi Sistem Perpajakan

Variabel X3 = Sanksi Pajak

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau yang sering disebut variabel terikat merupakan variabel akibat. Menurut Sugiyono dalam buku yang berjudul Metode Penelitian Bisnis (2017, 68) menyebutkan bahwa : “Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebuah akibat, karena adanya variabel bebas atau variabel independent.”. Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah Variabel Y = Kepatuhan Wajib Pajak Badan

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Variabel Independen		
Sistem Pelaporan Online (X1)	<ol style="list-style-type: none"> Membuat wajib pajak lebih simple dan flexible dalam melaporkan pajaknya,. Pelaporan E-SPT dengan menggunakan metode E-filling dapat memudahkan wajib pajak badan dalam melaporkan pajaknya. Memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Pelaporan pajak secara online sangat mudah dipahami dan dilaksanakan. Dengan pelaporan e-system, wajib pajak badan dapat mengetahui sistem pelaporan pajak melalui tax payer account <p>Sumber : Nursanti (2018)</p>	Likert
Modernisasi Sistem Perpajakan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> Pendaftaran NPWP melalui e- registration lebih mudah Efektifitas dalam penggunaan aplikasi E-Billing bagi Wajib Pajak. Kemudahan bagi Wajib Pajak mengenai perkembangan Teknologi Meningkatkan kualitas dengan aplikasi perpajakan, Dapat mempermudah dalam proses pembayaran pajak. <p>Sumber : Aditya Febrian (2016)</p>	Likert
Sanksi Pajak(X3)	<ol style="list-style-type: none"> Dapat mengetahui ketegasan dalam penerapan sanksi pajak Penerapan sanksi pajak berdasarkan Undang - Undang Wajib pajak dapat memahami mengenai sanksi pajak Mengetahui sanksi pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. 	Likert

	5. Pengenaan sanksi pajak sesuai dengan besar kecilnya pelanggaran. Sumber : Putut Priambodo(2017)	
Kesadaran Wajib Pajak (Y)	1. Wajib Pajak mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP. 2. Kesadaran Wajib Pajak akan tanggung jawabnya sebagai Warga Negara Indonesia. 3. Wajib pajak sadar untuk membayar pajak tepat pada waktunya. 4. Wajib pajak memiliki kesadaran untuk melaporkan SPT tepat waktu. 5. Kesadaran Wajib Pajak dalam melaporkan pajaknya . Sumber : Suhendra (2019)	Likert

IV. HASIL

1. Tabel Model Summary

- **Distribusi Frekuensi Kepatuhan Wajib Pajak Badan**

Tabel 4.1

Distribusi Frekuensi Variabel Kepatuhan Wajib Pajak Badan (Y)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Rata-rata
	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Item
Y1	57	58,2	36	36,7	4	4,1	1	1	0	0	4,52
Y2	63	64,3	35	35,7	0	0	0	0	0	0	4,64
Y3	56	57,1	37	37,8	5	5,1	0	0	0	0	4,52
Y4	54	55,1	39	39,8	5	5,1	0	0	0	0	4,50
Y5	63	64,3	29	29,6	6	6,1	0	0	0	0	4,58
<i>Grand Mean</i>											4,55

- **Distribusi Frekuensi Variabel Sistem Pelaporan Online**

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Variabel Sistem Pelaporan Online (X1)

Item	SS		S		N		TS		STS		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Item
X1.1	67	68,4	27	27,6	4	4,1	0	0	0	0	4,6429
X1.2	68	69,4	28	28,6	2	2,0	0	0	0	0	4,6735
X1.3	57	58,2	38	38,8	3	3,1	0	0	0	0	4,5510
X1.4	53	54,1	39	39,8	5	5,1	1	1,0	0	0	4,4694
X1.5	53	54,1	38	38,8	7	7,1	0	0	0	0	4,4694
<i>Grand Mean</i>											4,5612

Sumber : Data primer diolah, 2021

• **Distribusi Frekuensi Variabel Sanksi Pajak**

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Variabel Sanksi Pajak (X3)

Item	SS		S		RR		TS		STS		Rata-rata
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X3.1	60	61,2	37	37,8	1	1,0	0	0	0	0	4,6020
X3.2	62	63,3	34	34,7	2	2,0	0	0	0	0	4,6122
X3.3	60	61,2	37	37,8	1	1,0	0	0	0	0	4,6020
X3.4	56	57,1	42	42,9	0	0	0	0	0	0	4,5714
X3.5	58	49,2	40	40,8	0	0	0	0	0	0	4,5918
<i>Grand Mean</i>											4,5958

• **UJI Validitas Data**

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
Sistem pelaporan online (X ₁)	X1.1	0.473	0.000	0.1986	Valid
	X1.2	0.701	0.000	0.1986	Valid
	X1.3	0.728	0.000	0.1986	Valid
	X1.4	0.700	0.000	0.1986	Valid
	X1.5	0.684	0.000	0.1986	Valid
Modernisasi system perpajakan (X ₂)	X2.1	0.652	0.000	0.1986	Valid
	X2.2	0.706	0.000	0.1986	Valid
	X2.3	0.784	0.000	0.1986	Valid
	X2.4	0.823	0.000	0.1986	Valid
	X2.5	0.716	0.000	0.1986	Valid
Sanksi Pajak (X ₃)	X3.1	0.799	0.000	0.1986	Valid
	X3.2	0.854	0.000	0.1986	Valid
	X3.3	0.856	0.000	0.1986	Valid
	X3.4	0.833	0.000	0.1986	Valid
	X3.5	0.868	0.000	0.1986	Valid
Kepatuhan Wajib pajak badan (Y)	Y1	0.755	0.000	0.1986	Valid
	Y2	0.740	0.000	0.1986	Valid
	Y3	0.813	0.000	0.1986	Valid
	Y4	0.848	0.000	0.1986	Valid
	Y5	0.607	0.000	0.1986	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Sistem pelaporan online (X ₁)	0.669	Kurang Reliabel
2	Modernisasi system perpajakan (X ₂)	0.788	Reliabel
3	Sanksi Pajak (X ₃)	0,897	Reliabel
4	Kepatuhan Wajib pajak badan (Y)	0.805	Reliabel

- **UJI Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.59610185
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.055
	Negative	-.125
Test Statistic		.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.		.088 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.081
	Upper Bound	.095

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Table diatas menunjukkan nilai sig sebesar 0,001 namun demikian pada monte carlo terlihat bahwa nilai sig sebesar 0,088 nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian terdistribusi dengan normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

1	(Constant)	4.045	2.174		1.861	.066
	sistem pelaporan online	.190	.107	.166	1.771	.080
	modernisasi sistem perpajakan	.122	.080	.138	1.517	.133
	sanksi pajak	.506	.095	.495	5.332	.000

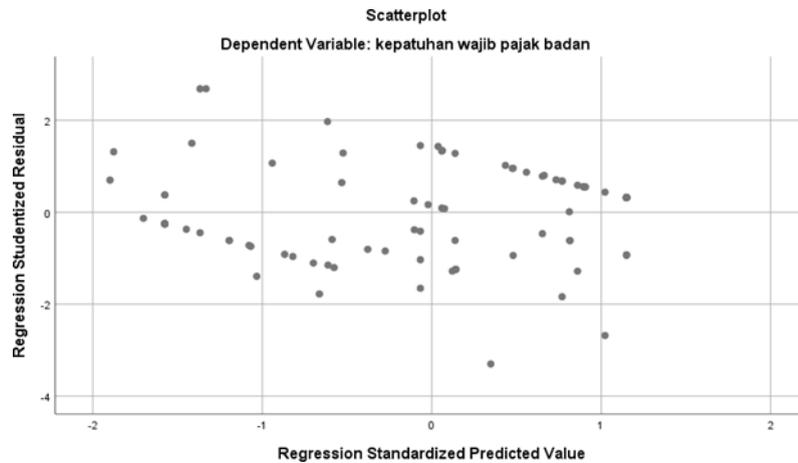
a. Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak badan

Sumber : Data primer diolah, 2021

Table diatas memperlihatkan nilai tolerance yang lebih besar 0,1 dan VIF yang <10 masing-masing variabel sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

- **Uji Heteroskedastisitas**

Ghozali (2018, 137) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut :



Sumber : Data primer diolah, 2021

- **Analisis Regresi Linear Berganda**

Gambar 4.1 Scatter Plot

Gambar diatas memperlihatkan bahwa tidak terdapat pola tertentu, seperti titik-titik tertentu yang memiliki bentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit dan tidak terdapat pola yang jelas, kemudian titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.045	2.174		1.861	.066
sistem pelaporan online	.190	.107	.166	1.771	.080
modernisasi sistem perpajakan	.122	.080	.138	1.517	.133
sanksi pajak	.506	.095	.495	5.332	.000

a. Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak badan

Sumber : Data primer diolah, 2021

$$Y = 4,045 + 0,190 X_1 + 0,122 X_2 + 0,506 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y** = Variabel dependen (Kepatuhan Wajib Pajak)
- α** = Konstanta
- β** = Koefisien regresi
- X₁** = Variabel independen (Sistem Pelaporan Online)
- X₂** = Variabel independen (Modernisasi Sistem Perpajakan)
- X₃** = Variabel independen (Sanksi Pajak)
- ε** = Error

- **Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)**

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap presentase varian variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. R² mempunyai range nilai antara 0-1, semakin range-nya mendekati angka 1, maka variabel independen semakin baik dalam mengestimasi variabel dependennya

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 ^a	.469	.452	1.62137

a. Predictors: (Constant), sanksi pajak, modernisasi sistem perpajakan, sistem pelaporan

Tabel diatas memperlihatkan nilai koefisien determinasi adjusted R square sebesar 0,452 hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu system pelaporan online, modernisasi sistem perpajakan dan sanksi pajak hanya mampu menjelaskan varian variabel dependen yaitu kepatuhan wajib pajak badan sebesar 0,452 atau 45,2% saja sedangkan sisanya sebesar 54,8% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak termasuk pada penelitian ini.

2. Tabel Uji Hipotesis

- **Uji Signifikansi Parsial (Uji T)**

Uji parsial dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen yang terdapat di dalam persamaan tersebut, apakah ia berpengaruh terhadap variabel dependennya atau tidak.

Hasil Uji Statistik T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.045	2.174		1.861	.066
	sistem pelaporan online	.190	.107	.166	1.771	.080
	modernisasi sistem perpajakan	.122	.080	.138	1.517	.133
	sanksi pajak	.506	.095	.495	5.332	.000

a. Dependent Variable: kepatuhan wajib pajak badan

Sumber: Pengolahan SPSS 25, 2021

1. Pembahasan

Melalui tabel diatas dapat diperoleh beberapa penjelasan sebagai berikut

1. Variabel sistem pelaporan online memiliki nilai signifikan 0,080 yang lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,190 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa sistem pelaporan online memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan.
2. Variabel modernisasi sistem perpajakan memiliki nilai signifikan 0,133 yang lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,122 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa modernisasi sistem perpajakan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan.
3. Variabel sanksi pajak memiliki nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,506 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan.

• Uji Signifikansi Simultan F (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat

Hasil Signifikan Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218.491	3	72.830	27.704	.000 ^b
	Residual	247.111	94	2.629		
	Total	465.602	97			

2. Pembahasan

Tabel diatas menunjukkan nilai sig sebesar 0,000 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $F < 0.05$, maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- a. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel system pelaporan online memiliki nilai signifikan 0,080 yang lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,190 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa system pelaporan online memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima yaitu "Sistem Pelaporan Secara Online berpengaruh positif terhadap kesadaran wajib pajak Badan"
- b. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel modernisasi system perpajakan memiliki nilai signifikan 0,133 yang lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,122 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa modernisasi system perpajakan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan. Sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini diterima, yaitu "Modernisasi Sistem Perpajakan berpengaruh positif terhadap kesadaran Wajib Pajak Badan".
- c. Pada penelitian ini ditemukan bahwa variabel sanksi pajak memiliki nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,506 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan. Sehingga hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima, yaitu "Sanksi Pajak berpengaruh positif terhadap kesadaran Wajib Pajak Badan".

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis yang sudah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sistem Pelaporan Online sangat berpengaruh, namun tidak signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan pada Customer di PT. Matahari Putra Prima Tbk. Hal ini dijelaskan dengan 0,080 yang lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,190 bertanda positif.. Sehingga menunjukkan bahwa sistem pelaporan online memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan

2. Modernisasi Sistem Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan pada Supplier di PT. Matahari Putra Prima Tbk hal ini dijelaskan dengan memiliki nilai signifikan 0,133 yang lebih besar dari 0,05 sedangkan nilai koefisien B sebesar 0,122 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa modernisasi sistem perpajakan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan.
3. Sanksi Pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan pada Supplier di PT. Matahari Putra Prima, Tbk hal ini dijelaskan dengan memiliki nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sedangka
4. nilai koefisien B sebesar 0,506 bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa sanksi pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak badan.
5. Sistem Pelaporan Online, Modernisasi Sistem Perpajakan dan Sanksi Pajak secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan pada Supplier di PT. Matahari Putra Prima, Tbk. Hal ini dijelaskan dengan nilai yang terdapat pada tabel 4.12, yang menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan $F < 0,05$

DAFTAR PUSTAKA

- Astana, W.S. & MERKUSIWATU, N.K.L.A .(2017). *Pengaruh Sistem Administrasi Perpajakan Modern Dan Kesadaran Wajib Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kepatuhan Wajib Pajak*, E-Jurnal Akuntansi, 818-846.ISSN: 23028556
- Ariesta, R. P. (2017). *PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK DAN SANKSI PERPAJAKAN TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI DALAM MEMBAYAR PAJAK KENDARAAN BERMOTOR DI KABUPATEN BANYUANGI*.
- Iswara, B., & Retnani, E. D. (2007). *PENGARUH PENERAPAN SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN MODERN*. 1–21.
- Hutagaol, L. H., & Ginting, S. (2020). *Pengaruh Penerapan Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Cibitung*. 5(1), 113–124.
- Pajak, J., Dengan, S., Business, P., System, I., Priambodo, I., Wp, S., Pada, O. P., Pratama, K. P. P., & Jehadu, Y. (2012). *Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern Terhadap Administrative Costs*. IV(1).
- Fitriani Saragih (2014). *Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Modern Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak E-Jurnal Akuntansi*. Medan Timur.
- Udayana, E. A. U. (2017). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana PERPAJAKAN MODERN DAN KESADARAN WAJIB PAJAK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia*. 18, 818–846.

